



# **Ruokatorista viinibaariksi**

Muuntojoustava tilasuunnitelma  
Yritys- ja kulttuurikeskus Malskiin

Opinnäytetyö | Kevät 2015 | Sanna Vahto

# Ruokatorista viinibaariksi

Muuntojoustava tilasuunnitelma  
Yritys- ja kulttuurikeskus Malskiin

---

Lahden ammattikorkeakoulu  
Muotoilu- ja taideinstituutti  
Muotoilun koulutusohjelma  
Sisustusarkkitehtuuri



Lahden ammattikorkeakoulu  
Muotoilu- ja taideinstituutti  
Muotoilun koulutusohjelma  
Sisustusarkkitehtuuri

Sanna Vahto  
Opinnäytetyö  
Kevät 2015  
180 sivua

Lahti University of Applied Sciences  
Institute of Design and Fine Arts  
Degree Programme in Design  
Interior Architecture

Sanna Vahto  
Graduation Project  
Spring 2015  
180 pages

# Tiivistelmä

Opinnäytetyön aiheena on uudenlainen lähi- ja luomuruokaan pohjautuva liiketoiminta- sekä tilakonsepti. Konseptisuunnitelma toteutetaan rakenteilla olevaan Yritys- ja kulttuurikeskus Malskiin.

Tavoitteena on suunnitella vapaa-ajanviettotila, joka muuntuu eri käyttötarkoituksiin vuorokaudenajan ja käyttötarpeen mukaan. Tila toimii niin myymälänä, ravintolana, väliaikaisena hengähdyspaikkana kuin tapahtuma-areenana. Tarkoituksena on suunnitella tila, jota voidaan käyttää mahdollisimman tehokkaasti toimintojen, ajan sekä tilan käytön kannalta.

Työssä käsitellään ruokakulttuurin muuttumisen merkitystä tilasuunnittelussa sekä suojelukohteen käyttötarkoituksen muutokseen liittyviä haasteita. Lisäksi työssä käydään läpi ravintola- ja myymäläsuunnittelun perusteita.

Taustoituksen pohjalta toteutetaan tilasuunnitelma, jossa painotetaan tilan käytön tehokkuutta, muunneltavuutta ja elämyksellisyyttä.

Konsepti on monistettavissa muihin vastaavanlaisiin rakennuksiin ja siksi hyödyllinen työkalu suunniteltaessa suojelukohteen käyttötarkoituksen muutosta.

*Avainsanat:*  
*ruokakulttuurin muuttuminen, käyttötarkoituksen muutos, ravintolasuunnittelu, myymäläsuunnittelu, muuntojoustavuus, elämyksellisyys*

# Abstract

This thesis provides a new kind of spatial concept for a local and organic food-based business. The conceptual plan will take place at Malski center of business and culture which is currently in construction at the center of Lahti.

The aim is to design a recreational space that can be used for different purposes and that can be transformed according to different times and needs. The space functions as a market place, restaurant, place to stop by as well as a venue for different kinds of events. The objective is to create a space that can be used as efficiently as possible based on functionality and use of time and space.

*Key words:*  
*changes in the culinary culture, change of use, hospitality design, transformability*

The thesis deals with changes in the culinary culture that affect spatial planning. The design will be executed according to the theory section that covers the basics of hospitality design and guidelines that apply when planning a change of use at a protected site. Based on the research, the design will focus on making the space as efficient, transformable and enjoyable as possible.

The concept can be replicated to other similar buildings, and is therefore a useful tool when designing a change of use at a protected site.

# SISÄLLYS

## 1. JOHDANTO

1.1	Aihe ja taustat	8
1.2	Tutkimusasetelma	9

## 2. MALSKE -HANKE

2.1	Yritys- ja kulttuurikeskus Malski	12
2.2	Alustava toimeksianto	15

## 3. RUOKAKULTTUURIN MUUTTUMINEN

3.1	Vastuullinen kuluttaminen	18
3.2	Elämyksiä kuluttajille	20
3.3	Luomu- ja lähiruokakulttuuri	22

## 4. KÄYTTÖTARKOITUKSEN MUUTOS SUOJELUKOhteessa

4.1	Yleiset haasteet	28
4.2	Suojelumääräykset ja ohjeet	32
4.3	Tehdasrakennusten uusiokäyttö	35

## 5. JULKITILASUUNNITTELUSTA

5.1	Ravintola- ja kahvilasuunnittelun perusteet	40
5.2	Myymäläsuunnittelun perusteet	46
5.3	Palvelu osana liikekonseptia	50
5.4	Muuntojoustavuus tilasuunnittelun lähtökohtana	52

## 6. KOHDE

6.1	Mallasjuoma Oy	56
6.2	Kiinteistön vaiheista	60
6.3	Kohteen esittely	64
6.4	Nykytila	70
6.5	Ruokatoreja maailmalta	74

## 7. TAVOITTEET JA RAJAUS

7.1	Toiminnalliset tavoitteet	82
7.2	Visuaaliset tavoitteet ja tilan henki	83
7.3	Kustannustavoitteet	84
7.4	Ympäristötavoitteet	85
7.5	Rajaus	86

## 8. SUUNNITTELUPROSESSI

8.1	Liiketoimintakonsepti	90
8.2	Kilpailijat Lahdessa	94
8.3	Tilaohjelma	100
8.4	Muunneltavuus	115
8.5	Torialue	118
8.6	Kahvila-/baarialue	124
8.7	Sali-/loungealue	130

## 9. TILASUUNNITELMA

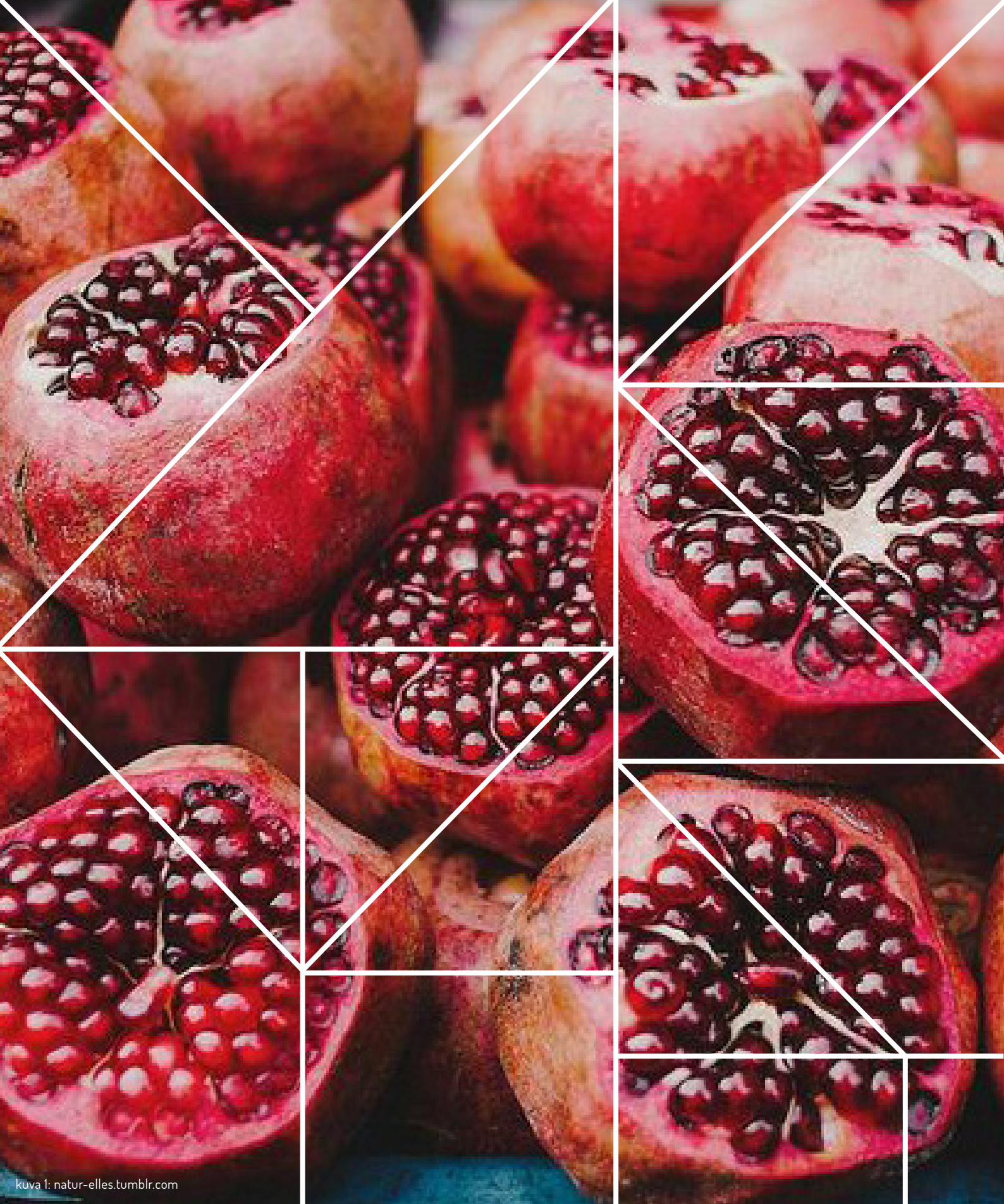
9.1	Pohjaratkaisu	138
9.2	Leikkauskuvat	140
9.3	Valaistus	146
9.4	Irtokalusteet	148
9.5	Materiaalit	150
9.6	Visualisoinnit	152

## 10. ARVIOINTI

10.1	Tila	170
10.2	Prosessi	171
10.3	Palautte	172

LÄHTEET	174
---------	-----

LIITTEET	180
----------	-----



# 1

## Johdanto

## 1.1 Aihe ja taustat

Historialliset, tyhjiillään seisovat tehdasrakennukset ovat aina herättäneet samat kysymykset mielessäni. *Miksi ne seisovat tyhjiillään? Miksi niiden potentiaalia ei ymmärretä?* Yksi tällainen väärin ymmärretty tehdasrakennus sijaitsee aivan kotikulmillani. Rakennus on aikanaan toiminut Mallasjuoma Oy:n (Malski) panimona ja seisonut tyhjiillään vuodesta 2008 lähtien. Aina rakennuksen ohi kulkiesani ihastelen sen potentiaalia ja mietin rakennukselle uusia käyttömahdollisuuksia. Niinpä opinnäytetyön aihetta pohtiessani tämä vailla käyttötarkoitusta oleva rakennus tuntui luontevalta kohdevallinnalta.

Julkisen, tunnelmallisen ja elämyksellisen tilan luominen tuntui istuvan parhaiten valitsemaani kohteeseen. Lahden tarjontaa kartoittaessani huomasin ruoka- ja kahvikulttuurissa aukkoja, joita voisin opinnäytetyössäni täyttää. Lähi- ja luomuruoan ajankohtaisuus herätti ajatuksen uudeltaisesta ruokatorikonseptista, jolle voisi olla sijaa hyvien alueellisten edellytysten ja puutteellisen tarjonnan vuoksi.

Tehdessäni selvitystyötä Malskin vanhasta tehtaasta sain kuulla, että lukuisten toteuttamattomien suunnitelmien jälkeen rakennukseen on suunnitteilla Yritys- ja kulttuurikeskus Malski. Esiteltyäni opinnäytetyöaiheeni Malskin suunnittelutiimille ajatukseni uudeltaisesta ruokatorikonseptista sai kannatusta ja keskustelun pohjalta sovimme alustavan toimeksiannon.

Päätin perehtyä tarkemmin muuttuvaan ruokakulttuuriin ja elämyksellisyyden tavoitteluun tilasuunnittelun näkökulmasta. Periaatteet korjausrakentamisesta, käyttötarkoituksen muutoksesta ja suojelumääräyksistä tuntuivat myös loogisilta aiheilta suunnittelutyön pohjaksi. Lähtökohdaksi tilasuunnitelmalle muodostui tilan monipuolisuus, tehokkuus, muunneltavuus ja elämyksellisyys rakennuksen pitkää historiaa kunnioittaen.

## 1.2 Tutkimusasetelma

Aiheen valittuani aloin etsiä mahdollista lähdeaineistoa opinnäytetyölleni. Sain huomata, ettei vastaavanlaista opinnäytetyötä ole aiemmin tehty, eikä aiheeseeni sovitettavaa lähdeaineistoa juuri ole. Niinpä päätin soveltaa eri osa-alueiden materiaaleja ja muodostaa niiden pohjalta toimivan tilasuunnitelman.

Olen kerännyt aineistoa vastuullisen ja elämysperäisen kuluttamisen trendeistä sekä luomu- ja lähiruokakulttuurista ja niiden tilasta Päijät-Hämeen alueella. Entisen panimorakennuksen käyttötarkoitusta muutettaessa on oleellista tietää kohteen suojelumääräyksistä sekä vanhojen tehdasrakennusten ominaisuuksista ja niiden yleisistä haasteista. Monipuolista ruokatoria suunniteltaessa on myös välttämätöntä perehtyä ravintola- ja myymäläsuunnittelun periaatteisiin. Mallasjuoma Oy:n historian kartoittaminen, sen nykytilanteen ja haasteiden selvittäminen sekä olemassa olevien referenssikohteiden tutkiminen ovat olennainen osa ennen suunnittelutyötä tehtävää taustoitusta.

Tilakonseptin kohteena on noin 900 m<sup>2</sup>:n kokoinen hallimainen tila, jonka toiminnot tulisi ratkaista mahdollisimman tehokkaasti. Tavoitteena on suunnitella mahdollisimman elämyksellinen ja viihtyisä tila, jota voi muunnella eri käyttäjäryhmän, käyttöajankohdan ja -tarpeen mukaan.

Tilasuunnitelman tekeminen historialliseen tehdasrakennukseen on suuri haaste, mutta myös etu, joka onnistuessaan jatkaa Malskin panimorakennuksen tarinaa. Rakennuksen identiteetin ja historian huomioiminen tilasuunnittelussa toimii lähtökohtana tälle hyvin kiehtovalle mutta haasteelliselle projektille. Motivaatiota tuo ajatus siitä, että loppuunajatteltu ja onnistunut suunnitelma saatetaan toteuttaa jonakin päivänä.



# 2

Malski -hanke

## 2.1 Yritys- ja kulttuuri- keskus Malski

Entinen Mallasjuoma Oy:n panimorakennus Päijänteenkadulla on seissyt tyhjiään vuodesta 2008 lähtien. Nyt lukuisten toteuttamattomien suunnitelmien jälkeen vanhan panimon tiloihin on rakentumassa Yritys- ja kulttuurikeskus Malski. Purku- ja kunnostustyöt aloitettiin tammikuussa 2015 ja hankkeen on määrä valmistua vuonna 2016. (Malski 2015)

Koulutuksen, kulttuurin ja kasvuyrittäjyyden toimintaympäristöksi suunniteltu Malski tarjoaa synergiaetuja ja *riistiinpölyttymistä* luovan alan ihmisille. Malskin on tarkoitus verkottua niin kansallisesti kuin kansainvälisesti ja toimia alustana luovan alan yrityksille. Samalla se elävöittää ja eheyttää Lahden keskustaa toimien kaikille avoimena tapahtuma-areenana. (Luovat ry 2012)

Rakennushistoriallisesti merkittävän panimorakennuksen talotekniikka uusitaan nykypäivän vaatimuksia vastaavaksi – kuitenkin rakennuksen historiaa kunnioittaen. Tilasuunnittelussa painotetaan tilojen joustavuutta, niiden monikäyttöisyyttä sekä kohdullista vuokratasoa. (Malski 2015)

Saneeraus toteutetaan vaiheittain purkamalla ensin suojeluun kuulumaton varastosiipi sekä uusiokäyttöön soveltumattomat ja haitta-aineita sisältävät rakenteet. Sen jälkeen uusitaan rakennuksen katto, korjataan julkisivut ja kunnostetaan sisätilat. (Malski 2015)

Malski -keskus tarjoaa lahtelaisille kaupunkielämää rikastuttavan ympäristön ja monipuolisia palveluita ympäri vuoden. Tiloihin on tarkoitus tulla mm. tapahtuma-areena, elokuvateatteri, tanssi-, näyttely- ja esiintymis-tiloja, kahvila-ravintola, pienmyymälöitä sekä luovien alojen yrityksiä ja niiden tarjoamia palveluita. Lisäksi rakennuksen ylimpään kerrokseen rakennetaan seitsemän korkeataasoista loft-asuntoa. (Malski 2015)

Kokonaispinta-ala: 9 600 km<sup>2</sup>  
- vanha osa: 6 800 km<sup>2</sup>  
- uudisrakennus: 2 800 km<sup>2</sup>

Kokonaisinvestoinnit: 6 000 000 €

(Malski 2015)

$$MALSKI = K^3 + e^5 + U$$

TOIMINTA

$K^1$  = KULTTUURI  
 $K^2$  = KOULUTUS  
 $K^3$  = KASVU

+

ARVOT

$e^1$  = ELÄMYKSELLISYYS  
 $e^2$  = EETTISYYS  
 $e^3$  = EKOLOGISUUS  
 $e^4$  = ESTEETTÖMYYS  
 $e^5$  = ESTEETTISYYS

+

$U$  = URBAN DESIGN





kuva 3: Arkkitehtityö Oy



kuva 4: Arkkitehtityö Oy



kuva 5: Arkkitehtityö Oy

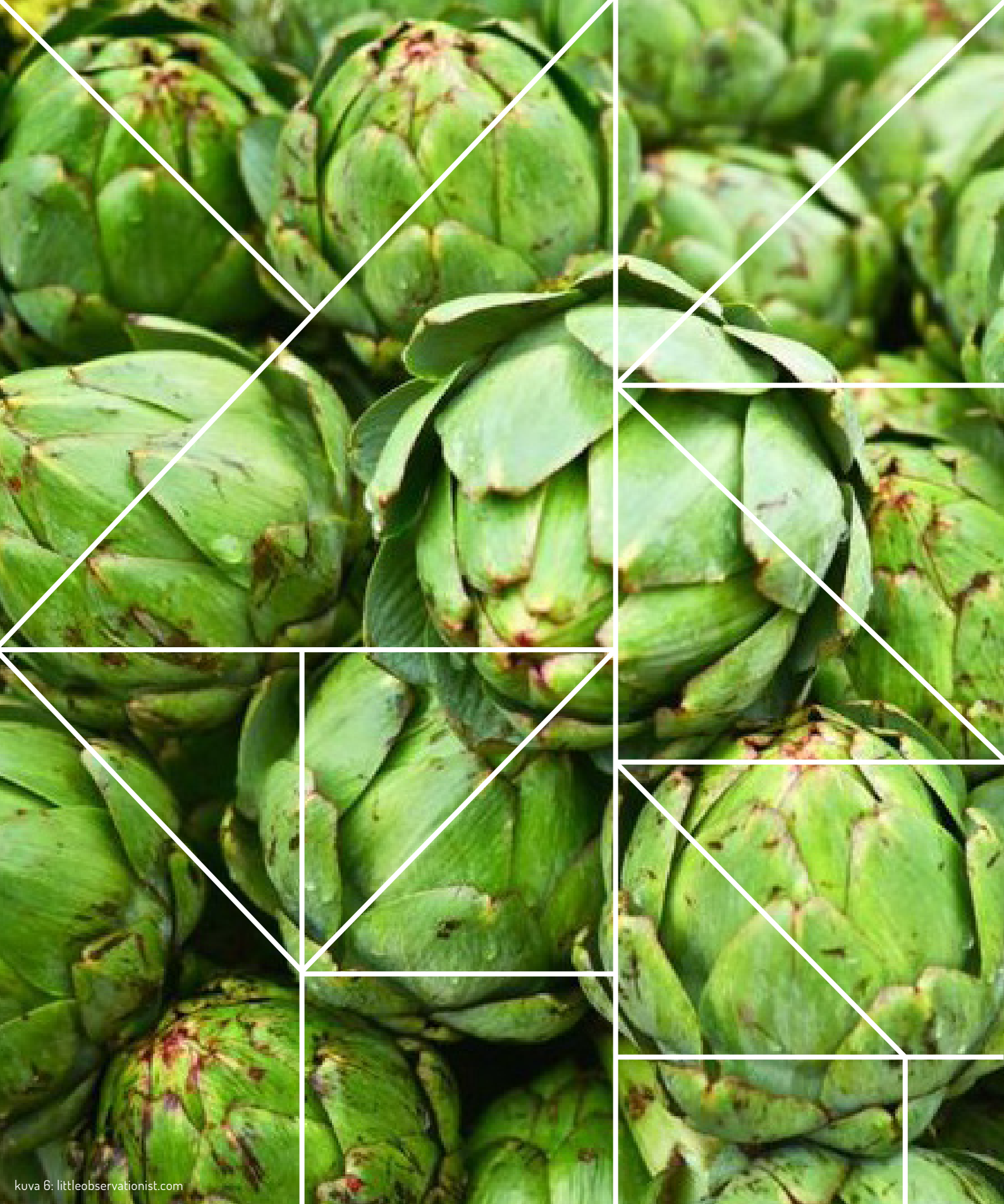
## 2.2 Alustava toimeksianto

Etsiessäni tietoa entisen panimorakennuksen nykytilasta tapasin Juhani Bomanin Arkkitehtityö Oy:stä sekä Pia Sandvikin ja Juhani Vainion Luovat ry:stä. Esitellessäni heille opinnäytetyöaiheeni sain kuulla sen olevan erittäin ajankohtainen. He kertoivat minulle suunnitteilla olevasta Yritys- ja kulttuurikeskus Malskista, ja olivat innostuneita kuullessaan aiheeni koskevan vielä suunnittelema-tonta ravintola-/myymäläaluetta.

Keskustelun edetessä kävi ilmi, että molemminpuoleisesta yhteistyöstä olisi suurta hyötyä kummallekin osapuolelle. Niinpä sovimme alustavan toimeksiannon. Sekä Boman että Vainio lupautuivat yhteyshenkilöiksi, ja toimeksiantajana tulisi olemaan Malski -hanketta eteenpäin ajava Malski Keskus Oy.

Vaikka minulle annettiin suunnitteluun taiteellinen vapaus, sain kuitenkin muutaman toiveen koskien tulevaa tilaa. Sen tulisi olla muunneltavissa eri vuorokaudenaikoihin sopivaksi. Tilassa tulisi toimia ainakin kahvila, lounaspaikka sekä klubi, ja siellä tulisi olla sekä kiinteitä että siirreltäviä moduleita, jotta tapahtumien järjestäminen olisi mahdollista. Sisustuksessa tulisi huomioida panimon historia ja kunnioittaa näin rakennuksen identiteettiä.





3

Ruokakulttuurin  
muuttuminen



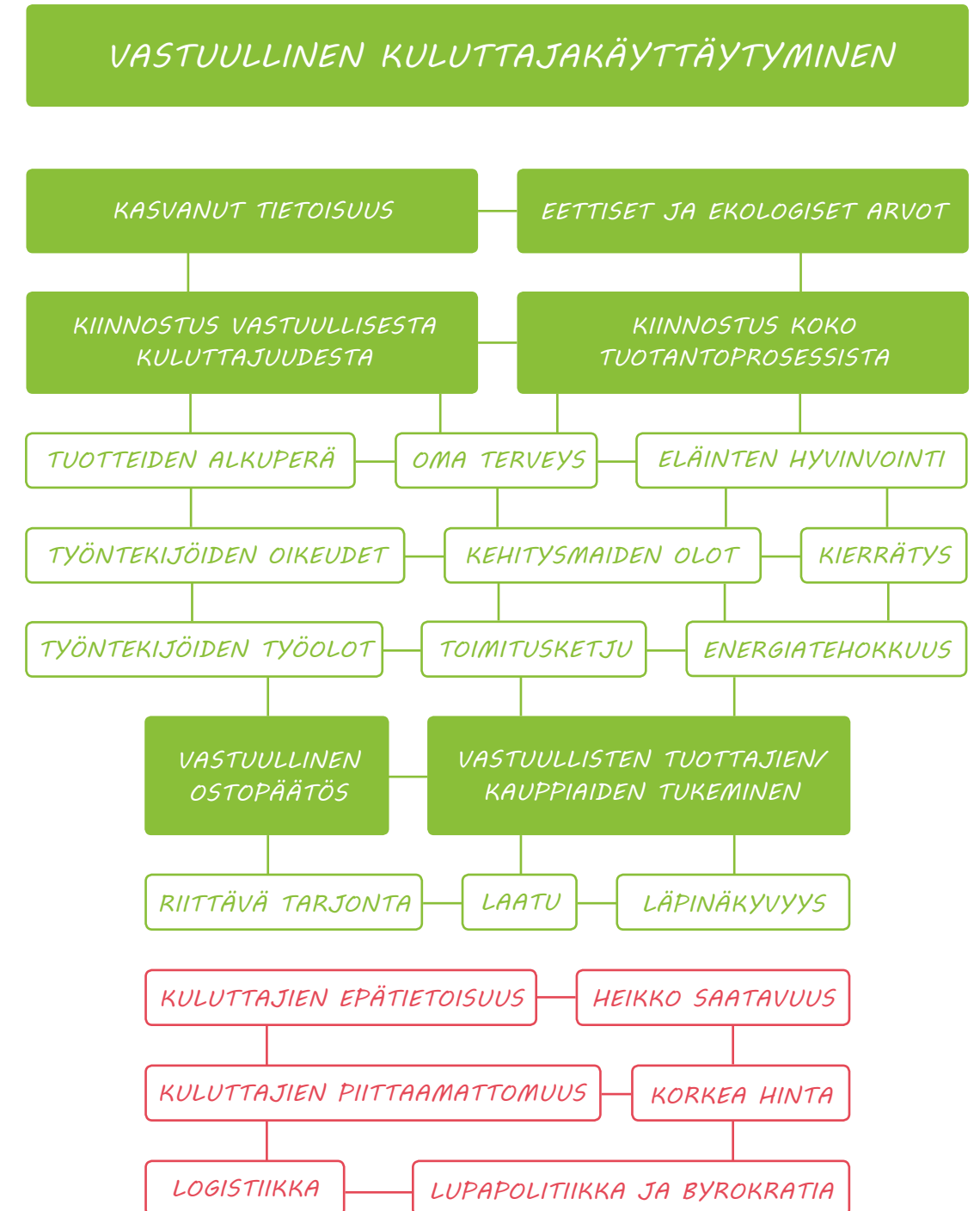
## 3.1 Vastuullinen kuluttaminen

Kuluttajien tietoisuus ympäristöasioista ja globaalista eriarvoisuudesta on kasvanut viimeisten vuosikymmenten aikana. Sen seurauksena kiinnostus vastuulliseen kuluttajuuteen on kasvanut merkittävästi. Tietoisuuden lisääntyessä eettiset ja ekologiset arvot heijastuvat yhä enemmän kuluttajakäyttäytymiseen. Vastuulliset kuluttajat ovat kiinnostuneita oman terveytensä ohella tuotteiden alkuperästä, toimitusketjusta, energiatehokkuudesta, kierrätyksestä, eläinten hyvinvoinnista, kehitysmaiden oloista sekä työntekijöiden työoloista ja oikeuksista. (Varonen, L. 2011, 3; Nyrhinen & Wilska 2012, 20)

Yhä useampi kuluttaja on kiinnostunut koko tuotantoprosessista ja onkin valmis maksamaan tuotteesta enemmän tukeakseen tuottajia ja kauppiaita, jotka toimivat vastuullisesti. Vastuulliseen ostopäätökseen vaikuttavat

esimerkiksi tarjonta, tuotteiden laatu ja tieto yrityksen vastuullisuudesta. (Varonen 2011, 21; 34) Samaan aikaan eettistä kuluttamista hidastaa enemmistön epätietoisuus ympäristöasioista, ympäristöystävällisten tuotteiden korkea hinta ja niiden heikko saatavuus. (Dagmar 2008)

Nykyajan vastuullinen kauppa tavoittelee asiakkaiden luottamusta panostamalla toimintansa läpinäkyvyyteen. Asiakkaan luottamus on helpointa saada paikanpäällä myymälässä, jossa tuotteiden taustat ovat kaikkien nähtävissä ja jossa henkilökunta on vastaamassa asiakkaiden kysymyksiin ja tarpeisiin. Ympäristötietoinen kuluttaja on sitä tyytyväisempi mitä läpinäkyvämpää yrityksen toiminta on. (Riski 2014, 31)



## 3.2

# Elämyksiä kuluttajille

1900-luvun lopulla kuluttaminen alkoi muuttua järkeen ja tarpeeseen perustuvasta, utilitaristisesta kuluttajakäyttäytymisestä hedonistisempaan suuntaan. Hedonistisessa kuluttajakäyttäytymisessä mielihyvän tuottaminen menee usein järjen ja tarpeen edelle. Vapaa-ajan lisääntyessä ostoksien tekoon käytetään yhä enemmän aikaa. (Markkanen 2008, 17) Nykypäivän hedonistiset kuluttajat tavoittelevat niin älyllistä kuin esteettistä mielihyvää sekä vaalivat parempaa elämänlaatua, johon kiteytyvät mm. puhdas ympäristö ja autenttiset elämykset. (Nyrhinen & Wilska 2012, 20)

Ostoksilla käymiseen käytetään yhä enemmän aikaa. Ostosten lomassa käydään kahvila, tavataan ystäviä ja rentoudutaan. Nykyajan ostoskeskukset ja suuret marketit tarjoavatkin asiakkailleen erilaisia virkistysmahdollisuuksia ja levähdyspaikkoja, jotta ostoksiin käytetään enemmän aikaa ja näin myös ostaminen lisääntyy.

Mielihyvää tavoittelevasta kuluttajasta käytetään usein nimitystä *elämysshoppailija*. Markkasen (2008) mukaan elämysshoppailijan kuluttaminen ei pohjaudu pelkästään tarpeeseen. Tärkeää on myös ostoksista syntyvä mielihyvä, kokemukset, eri aistinautinnot, arjesta irrottautuminen sekä sosiaaliset kontaktit. Elämysshoppailun päämääränä ei aina olekaan tuotteiden tai palveluiden ostaminen, vaan kaupoissa kiertely, rentoutuminen sekä inspiraation hankkiminen. (Markkanen 2008, 13)

Elämyksellisyys on tärkeä osa kaupan markkinointia. Tarjoamalla elämyksiä, myymälät sitovat asiakkaita tuotteisiinsa ja vahvistavat näin asiakasuskollisuuttaan. (Markkanen 2008, 24)

## Schmittin elämysmarkkinointimalli

Markkanen (2008) esittelee teoksessaan B. H. Schmittin (1999) näkemyksen elämysmarkkinoinnista, jonka mukaan elämys koostuu viidestä eri ulottuvuudesta. Schmittin mukaan kokonaisvaltaisessa elämyksessä yhdistyvät aistit, tunteet, ajatukset, toiminta ja tunne yhdenmukaisuudesta. (Markkanen 2008, 25)

### Aistimarkkinointi

Stimuloimalla näkö-, haju-, kuulo-, maku- ja tuntoaisteja myymälä luo kuluttajille kokonaisvaltaisia elämyksiä. Mitä enemmän brändi herättelee eri aisteja, sitä paremmin se jää kuluttajien mieleen. (Schmitt 1999, Markkanen 2008, 25 mukaan)

### Tunne-markkinointi

Herättämällä kuluttajassa positiivisia tunteita, kuten nautintoa, liikkuttumista tai positiivisia muistoja kuluttaja saadaan kiintymään tuotteeseen ja sen käyttämiseen. Kuluttajan tunnetilaan myymälässä voidaan vaikuttaa esimerkiksi taustamusiikin tai tuotteiden nimeämisen avulla. (Schmitt 1999, Riski 2014, 33 mukaan)

### Ajatusmarkkinointi

Ajatusmarkkinointi yllättää, provosoi ja herättää ajatuksia tarjoamalla ratkaisuja ongelmiin ja aktivoimalla mielikuvitusta sekä tiedonkäsitteilyä. Ajatusmarkkinoinnin tavoitteena on

usein esittää tuote osana laajempaa kontekstia liittämällä se johonkin tiettyyn elämäntyyliin tai ajattelutapaan. Myymälässä ajatusmarkkinointia voidaan käyttää esimerkiksi myymäläympäristöön sijoitettavilla sitaatteilla, jotka kuvastavat brändiä ja vahvistavat sen imagoa. (Schmitt 1999, Riski 2014, 33 mukaan)

### Toimintamarkkinointi

Toimintamarkkinoinnissa kuluttajalle luodaan mieleenpainuvia, uusia ja rikastavia kokemuksia aktivoimalla ja kannustamalla kuluttajaa kokeilemaan tuotteita fyysisessä ympäristössä. Myymälätilan tulisikin kannustaa kuluttajaa toimintaan erilaisten rakenteellisten ja toiminnallisten ratkaisujen avulla. Esillepanojen tulisi viestiä kuluttajalle erilaisista kokeilu- ja testausmahdollisuuksista. (Schmitt 1999, Riski 2014, 33 mukaan)

### Yhteenkuuluvuusmarkkinointi

Yhteenkuuluvuusmarkkinoinnissa luodaan kuluttajien välille siteitä ja kasvatetaan kuluttajien keskenäistä yhteisöllisyyden tunnetta. Tällöin kuluttaja kiintyy brändiin ja sitoutuu siihen. Yhteenkuuluvuuden tunnetta voidaan esimerkiksi lisätä esittelemällä erilaisia kuluttajakokemuksia ja mielipiteitä. Avainasema yhteisöllisyyden luomisessa on kuitenkin palvelutaitoisilla myyjillä. (Schmitt 1999, Riski 2014 mukaan)

## 3.3

# Luomu- ja lähiruokakulttuuri

### Lähiruoka

Lähiruoka on terminä vielä melko vakiintumaton, ja sen määrittely on usein epätarkkaa. Siihen kuitenkin liitetään usein tietynlaisia ominaisuuksia, kuten kotimaisuus, terveellisyys ja puhtaus. (Luukkanen 2010, 4; 5)

Lähiruoka on monella tapaa ekologista. Kun ruoka tulee läheltä, säästytään pitkiltä kuljetusmatkoilta ja kuljetuksesta syntyvät ympäristöhaitat vähenevät. Tuottajan ollessa kiinnostunut energian kulutuksesta myös ympäristö säilyy puhtaampana. (Luukkanen 2010, 9; MTK 2012)

Yksi tärkeimmistä lähiruoan ominaisuuksista on raaka-aineen jäljitettävyyden. Lähiruokaideologiaan kuuluukin, että kauppias tai ravintoloitsija tietää mistä raaka-aine on peräisin, miten se on tuotettu ja kuka sen on valmistanut. Tuottajan ja raaka-aineen ostajan on siis toimittava lähellä toisiaan ja kommunikotava tiiviisti keskenään, jotta koko tuotantoketju pysyy jäljitettävissä. Samalla tuotteen laatua

pystytään tarkkailemaan ja kehittämään entistäkin paremmaksi. (Luukkanen 2010, 5; 6)

Lähiruoka on tänä päivänä yksi kotimaisen ruokakulttuurin nousevista trendeistä. Trendi on saanut yhä useammat kuluttajat kiinnostumaan ruoan alkuperästä ja tuotantotavoista. Myös maakunnissa toteutettavat lähiruokakampanjat ja paikallisten maakuntamenujen luominen ovat herättäneet kuluttajien mielenkiinnon. Ravintolan asiakas vaatii nykyään entistä yksityiskohtaisempaa tietoa raaka-aineiden alkuperästä. (Luukkanen 2010)

Asiakkaat arvostavat tuotteen kotimaisuutta ja ovat valmiita maksamaan enemmän lähellä tuotetuista raaka-aineista ja tukemaan samalla paikallisia ruoan toimittajia. Paikallinen ruokakulttuuri ja -perinteet ovatkin vaikuttaneet vahvasti lähiruoka-ajattelun syntyyn Päijät-Hämeessä. (Luukkanen 2010, 1)

### Lähiruokaa Päijät-Hämeessä

Luukkasen mukaan maakunnan lähiruokakulttuurin tila on varsin vakaalla pohjalla. Myös mahdollisuuksia kasvuun ja kehitykseen on. Paikalliset asiakkaat tunnistavat lähiruoka-termin hyvin, ja ovat kiinnostuneita lähiruokatuotteista ja lähiruokaa tarjoavista ravintoloista. Paikalliset toivovat erityisesti lähiruoan näkyvämpää ja selkeämpää markkinointia katukuvassa tai ravintoloissa. Myös erilaisille lähiruokatapahtumille olisi Päijät-Hämeessä kysyntää. (Luukkanen 2010)

Rikkaan luonnon ja laajojen vesistöjen ansiosta Päijät-Häme tarjoaa monipuoliset mahdollisuudet ainutlaatuiselle lähiruokatuotannolle. Maakunnasta löytyy useita pientuottajajaloja, joissa harjoitetaan muun muassa metsätaloutta, kalastusta, karjanhoitoa sekä maanviljelyä. Lähiruokaa Päijät-Hämeessä myyvät esimerkiksi Lähiruokatori Heila, Benjamin Maatilatori ja Lahden Kauppahalli. Lähiruoka-

kaa tarjoavia ravintoloita Lahdessa ovat muun muassa Ravintola Casseli, Lahden Seurahuone ja Ravintola Roux. (Luukkanen 2010, 18-19; 22-23)

Lähiruokatorit ja pienet myymälät ovat oivallisia paikkoja markkinoida lähialueen pientuottajien tuotteita. Kuluttajille voidaan tällöin kertoa konkreettisesti tuotteiden valmistustavoista ja raaka-aineiden alkuperästä. Kokoamalla lähiruoan tuottajat yhteen säästeetään myös resursseja niin markkinoinnissa kuin jakelukustannuksissakin. (Luukkanen 2010) Kuluttajat saavat puolestaan monipuolisempaa tarjontaa ja palvelua, sekä säästävät aikaa ja rahaa löytäessään kaiken tarvitsemansa yhdestä paikasta.

## Luomu

Sana *luomu* on johde sanasta luonnonmukainen (Luomu 2015). Luomuruoka korostaa luonnonmukaisia tuotantomenetelmiä ja sitä valvotaan erityisen tarkasti. (Luukkanen 2010, 14) Luomutuotannon tavoitteena on edistää luonnon monimuotoisuutta ja suojella luonnonvaroja. Luomuviljelyssä noudatetaan monivuotista viljelykiertoa vuorottelemalla eri kasvilajeja. Kotieläintuotannossa huolehditaan puolestaan eläinten hyvinvoinnista, lajikohtaisista käyttäytymistarpeista, rehun luonnonmukaisesta tuotannosta, eikä eläimiin käytetä antibiootteja.

Luomuviljely kuormittaa vähemmän ympäristöä, sillä kemialliset torjunta-aineet ja keinolannoitteet ovat tuotannossa kokonaan kiellettyjä. Myös geenimuuntelu ja ionisoiva säteily ovat kiellettyjä. Kiellettyä on myös monien lisäaineryhmien, kuten fosfaattien, makeutusaineiden ja aromivahventeiden käyttö. Kaikki luomutuottajat kuuluvat luomuvalvontaan, jota Suomessa valvoo Evira. (Varonen 2011, 33; MTK 2015)

Ihanteellisinta olisi jos luomuruoka olisi lähellä tuotettua sillä pitkät kuljetusmatkat pienentävät luomun ympäristöhyötyjä (MTK 2015). Luomuruokaa Päijät-Hämeessä toimittavat esimerkiksi Vääksyn Mylly ja Salpausse-län kala.

### Luomumarkkinat Suomessa

Jo pitkään maailmalla kasvussa olleet luomumarkkinat ovat kasvaneet vähitellen myös Suomessa. Ostetuimpia luomutuotteita Suomessa ovat luomumaito, kananmunat, hedelmät, vihannekset sekä luomuoluet ja -siiderit. Aktiivisimmat luomun ostajat asuvat pääkaupunkiseudulla, mutta muillakin seidulla kysyntää riittää. Etenkin Päijät-Hämeessä luomutuottajista on jopa pulaa. Kuluttajat ovat valmiita panostamaan luomuun tuotteiden puhtauden, ympäristöystävällisyyden ja hyvän maun vuoksi. (Luukkanen 2010; MTK 2015)

Monet kaupungit ovat ottaneet tavoitteekseen lisätä lähivuosina merkittävästi luomutuotteiden käyttöä julkisissa ruokapalveluissa, kuten kouluissa ja päiväkodeissa. Esimerkiksi Helsingissä luomuruoan osuus päiväkodeissa halutaan nostaa 50 %:iin vuonna 2015. Luomun käytön lisäämisen haasteeksi koetaan kuitenkin raaka-aineiden saatavuus ja korkea hinta. (Luomu 2015)

Paremmen markkinoinnin ja tarjonnan avulla luomun suosiota voitaisiin kasvattaa entisestään. Kuluttajille tulisi tarjota selkeämmin tietoa luomun terveys- ja ympäristöhyödyistä fyysisessä myymäläympäristössä. Tällaisessa myymäläympäristössä asiantunteva palvelu on erityisen tärkeää. Myös luomuruoan imagoa vahvistavat sitaatit ja positiiviset tutkimustulokset luomuruoan terveysvaikutuksista edesauttaisivat kuluttajia tekemään vastuullisempia ostopäätöksiä.

## LUOMUN KORKEAMPI HINTA:

- *EI SYNTEETTISIÄ LANNOITTEITA/-TORJUNTA-AINEITA*
  - > tavanomaista pienempi sato
  - > rikkakasvien kitkemiseen tarvitaan paljon ihmistyövoimaa
- *LUOMUKOTIELÄIMET TARVITSEVAT ENEMMÄN KASVATUSTILAA*
  - > suuremmat rakennuskustannukset
- *LUOMUELÄIMET SYÖVÄT LUOMUREHUA, JOKA ON TAVALLISTA REHUA KALLIIMPAA*
- *LISÄAINEITA JA VALMISTUKSEN APUAINEITA EI JUURI KÄYTETÄ*
  - > luomuelintarvikkeiden valmistuksessa kalliimmat raaka-aineet
- *PIENET VALMISTUSERÄT*
- *RAAKA-AINEIDEN JA VALMISTUKSEN PITO ERILLÄÄN TAVANOMAISISTA TUOTTEISTA*
- *MAKSULLINEN LUOMUVALVONTA*

(Luomu 2010)



# 4

Käyttötarkoituksen  
muutos suoje-  
lu-  
kohteessa

## 4.1

# Yleiset haasteet

Valveutuneisuus rakennuksen historiaa ja arkkitehtuuria kunnioittavasta korjauskentämisestä on lisääntynyt rakennusperinnön vaalimisen myötä. Vanhoja rakennuksia kunnostettaessa on kunnioitettava niiden identiteettiä ottamalla huomioon kohteen rakennushistorialliset vaiheet sekä sen rakennustekniset ja -taiteelliset ominaisuudet. (Museovirasto 2011, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 59 mukaan)

Vaikka vanhan rakennusarkkitehtuurin kunnioitus onkin saanut rakennuttajat avaamaan silmänsä ja säästämään yhä useamman rakennuksen purkutuomiolta nähdään korjausrakentaminen edelleen uudisrakentamista työläämpänä ja hitaampana prosessina. Rakennussuojelu nähdään helposti kaavoitusta hidastavana ja kielteisenä asiana, ja moni valitseekin ”riskittömämmän” rakennusmuodon, jossa vanha saa väistyä uuden tieltä. (Museovirasto 2011, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 59 mukaan)

Rakennuksen autenttisen materian varjelu on kasvattanut arvoaan vuosien saatossa. Rakennuksen tuleekin kertoa aikansa historiasta näyttämällä ajallinen kerrostuma ja kertomalla oma tarinansa eteenpäin seuraaville sukupolville. Korjaukset tulee tehdä mahdollisimman vähin toimenpitein ja vanhaa rakennusta kunnioittavilla materiaaleilla. Markkinoille onkin tullut erilaisia entisöintiä helpottavia materiaaleja, kuten aitoa öljymaalaa ja pellavaeristettä. (Museovirasto 2011, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 59 mukaan)

Rakennuksen uutta käyttötarkoitusta suunniteltaessa on otettava huomioon monta asiaa. Onko rakennuksen sijainti kannattava uudelle käyttötarkoitukselle? Otetaanko rakennuksen kulttuurihistoriallinen arvo ja visuaaliset ominaisuudet riittävän hyvin huomioon? Näiden kysymysten lisäksi on huomioitava rakennuksen arkkitehtoninen arvo, sinne sijoitettava toiminta, liikuntaesteiset, tekniset tekijät sekä taloudellinen tarkastelu ja kustannukset. (Tuppurainen & Karvinen-Jussilainen 1984, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 65-66 mukaan)

## RAKENNUKSEN UUDISKÄYTTÖÄ SUUNNITeltaessa ON OTETTAVA HUOMIOON MM:

- KÄYTTÖTARVE
- DOKUMENTOINTI
- KULTTUURIHISTORIALLINEN ARVO
- RAKENNUSOSIEN KUNTO
- RAKENNUSOSIEN KÄYTTÖKELPOISUUS
- KUSTANNUKSET ESIM:

- paloturvallisuus
- äänieristys
- energiatehokkuus
- veden-/kosteudeneristys
- kalustus ja varustus
- pintamateriaalit
- valaistus
- lämpöhuolto
- vesihuolto
- viemärointi
- ilmanvaihto

-> TAVOITTEENA TOIMINNALLISESTI JA TALOUDELLISESTI TOIMIVA LÖPPUTULOS



*kuva 8: Osakeyhtiö Mallasjuoma 1912-1962.  
Mallasjuoman tuotteet esillä tamperelaisen  
maitokaupan näyteikkunassa 1957.*

### **Uudisrakentamisen ja korjausrakentamisen eroavaisuudet**

Uudisrakentaminen ja vanhan rakennuksen muuttaminen uuteen käyttötarkoitukseen sopivaksi eroavat suuresti toisistaan. Toisin kuin uudisrakennuksissa, vanhan rakennuksen tilat on suunniteltava olemassa olevan arkkitehtuurin ehdoilla. Käyttötarkoitusta suunniteltaessa ei voida edetä tilan käyttötarpeen mukaan kuten uudisrakentamisessa, vaan tila on käytettävä sellaisenaan. Tilaratkaisujen muutos vaatii usein suurta panostusta, sillä rakennus on rakennettu aikanaan palvelemaan vain tiettyä käyttötarkoitusta. Olemassa olevalle rakennukselle onkin tärkeää löytää juuri sellainen käyttötarkoitus, jossa rakennuksen tarjoamat resurssit tulevat

parhaiten hyötykäyttöön. Vanhan rakennuksen käyttötarkoitusta muutettaessa suunnittelua ei voi aloittaa uudisrakentamisen tavoin tyhjältä pöydältä, vaan on taustoitettava ensin rakennuksen historia ja edettävä sitä mukailleen. (Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 63-64)

Olemassa olevan rakennuksen hyötykäyttö säilyttää palan maamme rakennushistoriallista identiteettiä. Elämää nähneen rakennuksen pitkä historia peittoaa menneen tullen uudisrakennuksen hengettömän ilmapiirin. Miksi luoda rakennukselle uusi identiteetti kun sellainen on jo olemassa? Meidän pitäisi opetella pitämään parempaa huolta kaltoinkohdellusta rakennuskulttuuristamme.



## 4.2

# Suojelumääräykset ja ohjeet

Rakennussuojelun päämääränä on suojella alueellisesti edustavia kokonaisuuksia, turvata merkittävien arkkitehtien töitä sekä säilyttää esimerkkejä eri rakennustyypeistä. Suojelun avulla rakennuskannan elinkaari pitenee ja ympäristömme säilyy viihtyisänä, toimivana ja historiallisesti rikkaana tuleville sukupolville. Suomessa rakennussuojelusta vastaa kolme eri viranomaistahoa: museotoimi, ympäristöhallinto ja kunnat. (Kivilaakso 2010, 4)

Laki rakennusperinnön suojelemisesta suojelee *”rakennuksia, rakennelmia, rakennusryhmiä tai rakennettuja alueita, joilla on merkitystä rakennushistorian, rakennustaiteen, rakennustekniikan, erityisten ympäristöarvojen tai rakennuksen käytön tai siihen liittyvien tapahtumien kannalta. Suojelu voi koskea myös rakennuksen osaa, rakennuksen kiinteää sisustusta taikka muuta rakentamalla tai istuttamalla muodostettua aluetta.”* (LRS 498/2010, 3§)

Sisätiloja suojeltaessa voidaan joko keskittyä rakennukseen kokonaisvaltaisesti tai puuttua vain tiettyyn osaan kuten seinä- tai kattomaalaukseen. Useimmiten suojelupäätös koskee kohteen huonejakoa ja kiinteää sisustusta. (Kivilaakso 2010, 6)

Laki rakennusperinnön suojelemisesta velvoittaa, että *”korjaus- ja muutostyössä tulee ottaa huomioon rakennuksen ominaisuudet ja erityispiirteet sekä rakennuksen soveltuvuus aiottuun käyttöön. Muutosten johdosta rakennuksen käyttäjien turvallisuus ei saa vaarantua eivätkä heidän terveydelliset olonsa heikentyä”* (117§). Seuraavassa pykälässä (118§) säädetään, että *”Rakentamisessa, rakennuksen korjaus- ja muutostyössä ja muita toimenpiteitä suoritettaessa samoin kuin rakennuksen tai sen osan purkamisessa on huolehdittava siitä, ettei historiallisesti tai rakennustaiteellisesti arvokkaita rakennuksia tai kaupunkikuvaa turmella”*. (LRS 498/2010)

Rakennuskannan tulee pysyä käyttökelpoisena, jotta sen suojeleminen kannattaa. Yksi tärkeimmistä perusedellytyksistä onkin ylläpitää rakennuksen käyttöä säilyttämällä se ajan sekä käyttäjäkunnan hermoilla. Kun rakennus säilyy mielekkäässä käytössä vältetään sen rappeutumiselta ja altistumiselta ilkeille. (Kivilaakso 2010, 9)

lhanteellisinta olisi säilyttää rakennuksen alkuperäinen käyttötarkoitus. Joskus alkuperäiseen toimintaan ei kuitenkaan löydy enää uusia käyttäjiä, jolloin rakennuksen käyttötarkoitusta on muutettava. Tällöin joudutaan usein muuttamaan kohteen luonnetta ja puuttumaan rakenteisiin. Esimerkkinä tästä ovat tehdasrakennukset, joiden alkuperäinen toiminta on lopetettu kokonaan. (Kivilaakso 2010, 9)

Korjaus- ja muutostöitä tehtäessä oleellista on mukauttaa uudet ratkaisut, kuten raken-

neratkaisut ja materiaalivalinnat kohteen alkuperäiseen ilmeeseen. Tällöin rakennuksen ominaispiirteet ja -luonne säilyvät. Nykytekniikan sulauttaminen osaksi vanhaa rakennusta on haastavaa ja toisinaan korjaustoimenpiteet on mahdotonta toteuttaa alkuperäisin menetelmin. Tällöin onkin pyrittävä toteuttamaan uudet toiminnot siten, että ne rasittavat mahdollisimman vähän rakennuksen tekniikkaa ja visuaalisuutta. (Kivilaakso 2010, 10)





## 4.3 Tehdasrakennusten uusiokäyttö

Teollisuus ja teollisuusrakennukset ovat viime vuosikymmeninä vähitellen hyväksytty osaksi suomalaisten identiteettiä ja kulttuuriympäristöä. Vielä 1960-luvulla teollisuusrakennuksia ja jopa kokonaisia teollisuusympäristöjä purettiin keskustoista ja keskustojen laitamilta mm. kalliin maan hinnan ja tonttipulan vuoksi. Tästä valitettavana kaupunkiesimerkkinä on Helsinki, jossa teollisuusalueet korvattiin uusilla asuinalueilla. Valitettavaa on, että teollisuusympäristöjen potentiaalia ja kulttuuriarvoja alettiin hahmottaa vasta kun huomattiin, että varhaisimmat teollisuusympäristömme olivat jo melkein tuhoutuneet. 1970-luvulla ryhdyttiinkin rajoittamaan pur-

kutöiden määrää tehdasmiljoissa. (Manninen 2005, Mattinen 1985, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 38-39; 45 mukaan)

Teollisuusympäristöt ovat alun perin rakennetuneet lähelle työntekijöitä ja asiakkaita. Myös raaka-aineiden saatavuus ja logistiikka ovat olleet merkittävässä asemassa rakennuspaikkaa valittaessa. Teollisuusalueiden arkkitehtuuri on muokkautunut tehtaan valmistusprosessin ehdoilla, ja siksi rakennukset ovatkin usein suuria halleja, joiden rakenteet ja toiminnot tekevät tilan uudelleenmuokkamisesta haastavaa. (Lounatvuori, I. ym. 2001, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 8 mukaan).



### Tehdasrakennuksen uusiokäytön haasteet

Vanha tehdasrakennus on ainutkertainen kokonaisuus siihen käytettyjen materiaalien ja rakennusmenetelmien ansiosta. Ne edustavat aina oman aikansa teknistä osaamista. (Tuppurainen & Karvinen-Jussilainen 1984, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 60-61 mukaan)

Tehdasrakennuksissa yleisimmin käytetyt rakennusmateriaalit, tiili ja teräsbetoni, ovat taanneet rakenteiden ja perustusten säilymisen vahvoina ja hyväkuntoisina. Ajan mittaan erilaisista liuottimista, suoloista ja muista valmistuksessa käytettävistä aineista on voinut kuitenkin aiheutua merkittäviäkin vahinkoja. Siksi etenkin välipohjien kantavuus tulisi tarkistaa, riippuen siitä, millaisessa teollisuudessa rakennus on aiemmin toiminut. (Tuppurainen & Karvinen-Jussilainen 1984, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 60 mukaan)

Tehdasrakennuksen uusiokäyttöä suunniteltaessa haasteeksi saattaa muodostua vanhojen piirustusten saatavuus. Piirustukset saattavat joko puuttua kokonaan tai niissä saattaa olla merkittäviä puutteita. Kohteissa onkin aina tärkeää mitata ja tutkia rakenteet tarkasti ennen lopullisten suunnitelmien laatimista. (Tuppurainen & Karvinen-Jussilainen 1984, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 60 mukaan)

Suunnittelussa suurta huomiota edellyttävät myös tekniset asiat kuten lämmitysjärjestelmä, vesi- ja viemärilaitteet, sähkön saanti, il-

manvaihtojärjestelmä sekä valaistusjärjestelmä. Teollisuusrakennusten lämmitys on usein erittäin puutteellista tai puuttuu kokonaan sillä lämmitys on hoidettu joko teollisuusprosessia hyödyntämällä tai paikallisilla lämmittimillä. Kaikki viemärit, vesiputket, sähköjohdot, valaistusjärjestelmä ja ilmanvaihto joudutaan uusimaan nykypäivän vaatimusten mukaisesti. Myös mahdolliset teollisuusprosessin jäljiltä jääneet epämiellyttävät hajut voidaan yrittää poistaa uusimalla tai verhoamalla vanhat rakenteet. (Tuppurainen & Karvinen-Jussilainen 1984, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 60-61 mukaan)

Tehdasrakennusten yleinen ongelma on niiden tilankäyttö ja avaruus. Suuria halleja joudutaankin usein jakamaan väliseinillä ja välipohjilla, jotta tiloista saadaan toimivampia. Syntyneitä välipohjia hyödynnetään sijoittamalla niihin ilmastointikanavia ja sähkövetoja. Toisinaan tilat vaativat myös perustusten ja kantavien rakenteiden uusimista, jolloin korjaustyöstä saattaa tulla erittäin kallis. (Tuppurainen & Karvinen-Jussilainen 1984, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 62-63 mukaan)

Mittavien korjaustöiden ja uusien käyttötarkoitusten myötä on vaarana että rakennuksen alkuperäinen luonne tuhoutuu. Liian rajuissa korjauksissa valitettavan usein päädytäänkin säilyttämään pelkät ulkokuoret rakennuksesta. (Mattinen 1985, Muur, E. & Välipakka, H. 2012, 45 mukaan).



kuva 9: claudiaquigua.com





# 5

Julkitilasunnittelusta

## 5.1 Ravintola- ja kahvila- suunnittelun perusteet

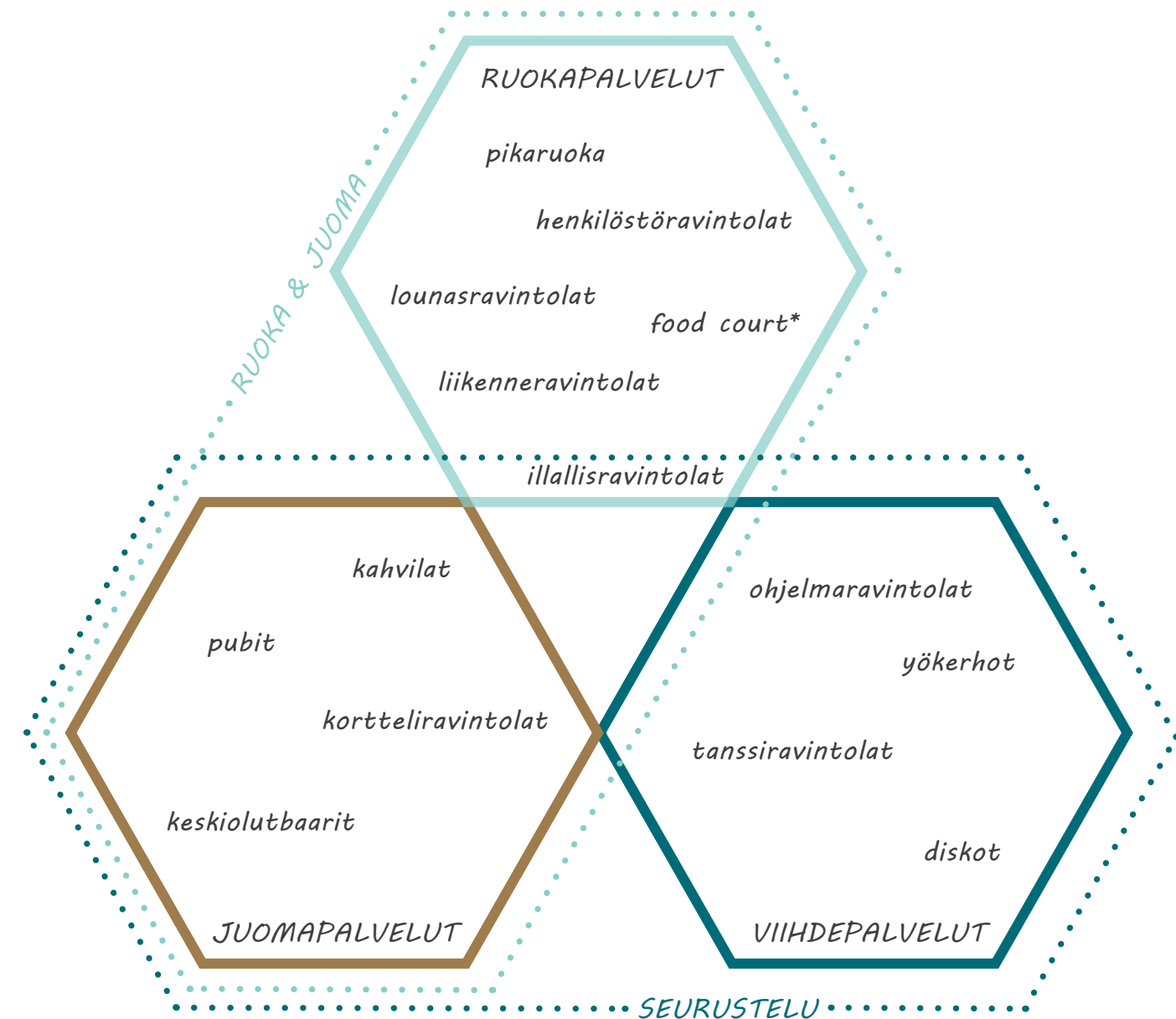
Ravintolan tai kahvilan, tässä yhteydessä ravitsemisliikkeen, perustaminen on monivaiheinen prosessi, joka koostuu muun muassa liikeidean kehittämisestä, liikeideaan sopivan tilan hankkimisesta, rahoituksen ja talousasioiden ratkaisusta ja lukuisten viranomaismääräysten täyttämisestä. Rakennus- ja tilasuunnittelu luovat puitteet liikeidealle ja tukevat sen optimaalista toteutumista viranomaisvalvonnan vaatimusten mukaisesti. (RT 94-11164)

Ravitsemisliikkeitä on sekä juoma-, ruoka- että viihdepainoitteisia. Nykyään ravitsemisliikkeitä ei välttämättä pysty luokittelemaan minkään tietyn jaottelun mukaisesti sillä liikeideaan voi kuulua ominaisuuksia eri palveluryhmistä. Esimerkiksi ohjelmaravintolassa voidaan tarjoilla illallista ja pubista saa halutessaan tilata ruokaa. (RT 94-11164)

Ravitsemisliikettä perustettaessa on otettava huomioon monta asiaa:

- *Konsepti*
- *Ravintolan tyyppi*
- *Palvelutyyppi*
- *Palvelun nopeusluokka*
- *Tarjottava palvelu, menu*
- *Imapiiri ja tunnelma*
- *Liiketoimintafilosofia*
- *Rahoitus*
- *Markkina*
  - *kohderyhmä*
  - *sijainti*
  - *kilpailutilanne*
- *Tavoiteltava laskutus asiakasta kohden*

(RT 94-11164)



\* Food court on ostoskeskusten ja suurien puolijulkisten sisätilojen yhteyteen rakennettu ravintola-alue, "ravintola-maailma", jossa useampi toimija käyttää yhteisiä tilaresursseja.

Kaavio 4:  
Ravitsemisliikkeen toimintakaavio  
Muunnellen RT 94-10442

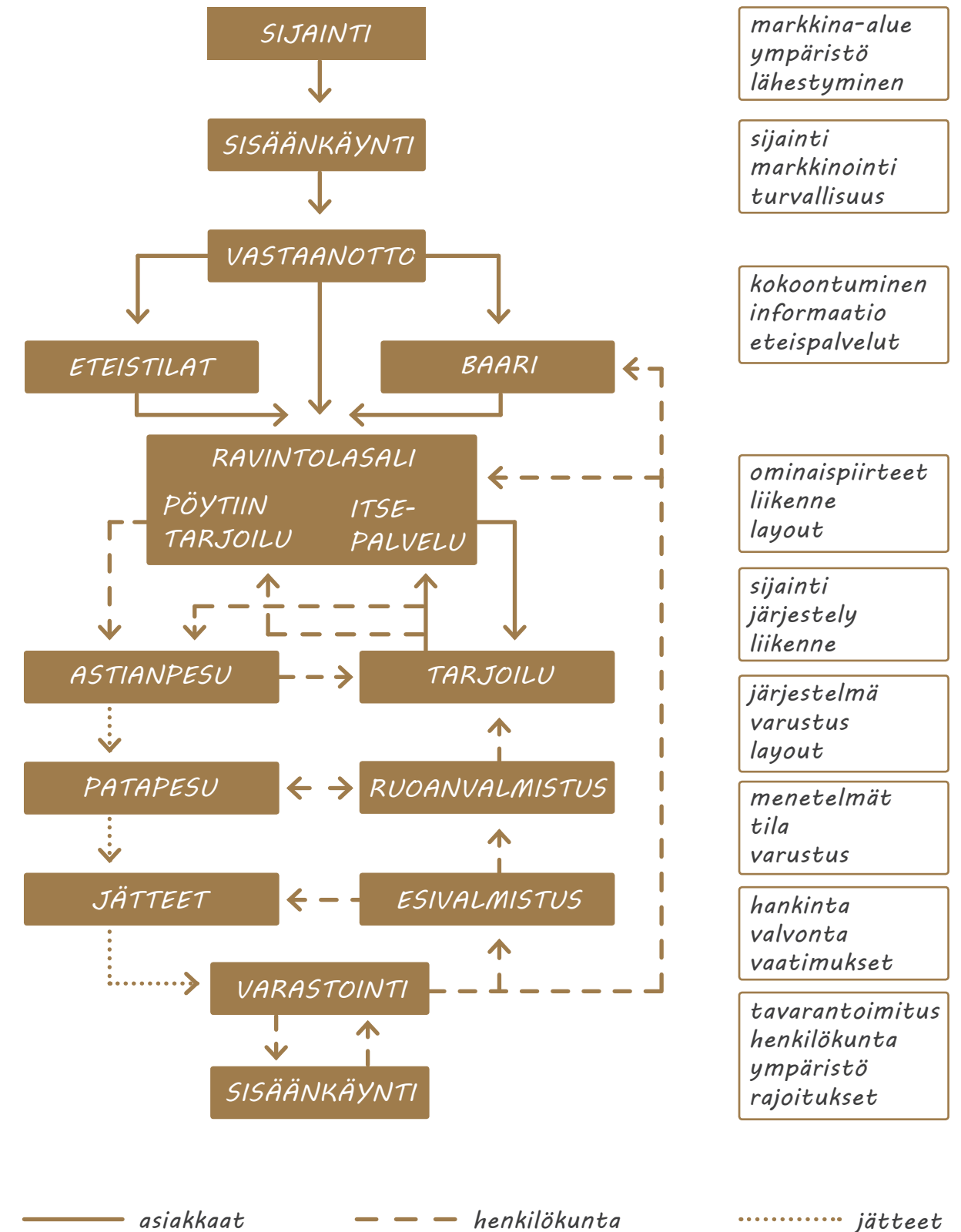
## Ravitsemisliikkeen tilasuunnittelun lähtökohdat

Vasta sen jälkeen kun ravitsemisliikkeen konsepti on tarkoin määritelty voidaan aloittaa varsinainen tilasuunnittelu. Tärkeää on pohtia tilan kulkuvirtoja ja niiden volyymiä, nopeutta, suuntaa ja etäisyyksiä. On mietittävä esimerkiksi miten asiakkaat, työntekijät, ruoka, astiat ja palvelu toimivat tilassa. (Baraban & Durocher 2001, 40) Tilojen koko, järjestys ja yhteydet tulee suunnitella mahdollisimman toimiviksi, jotta vältytään kulkuvirtojen ristikkäisliikenteeltä. (RT 94-11164)

Asiakastiloihin käytetään tyypillisesti noin 70 % ravitsemisliikkeen pinta-alasta. Asiakastiloiksi katsotaan ravintolasali, eteistilat sekä wc. Loput 30 % pinta-alasta käytetään keittiötiloihin, johon kuuluvat valmistus-, va-

rasto- ja tekniset tilat. Ruoan laatuun panostavissa illallisravintoloissa keittiön koko voi olla suhteellisen suuri, kun taas tuotannon nopeuteen pyrkivissä noutoruokapaikoissa keittiön mittasuhteet ovat pienemmät. (RT 94-11164)

Asiakaspaikkojen määrää mitoitettaessa huomioidaan tarjoilutilojen eli salin ja baarin pinta-ala. Lähtökohtaisesti asiakaspaikkojen ja pinta-alan suhde toisiinsa on 1-1,5 m<sup>2</sup>/asiakas. Tilan suurin sallittu henkilömäärä määräytyy asiakastilojen pinta-alan, uloskäytävien määrän ja mitoituksen sekä ilmanvaihdon perusteella. (RT 94-11164)



Kaavio 5:  
Ravitsemisliikkeen suunnittelussa huomioitavat teemat  
Sanna Vahto 2015

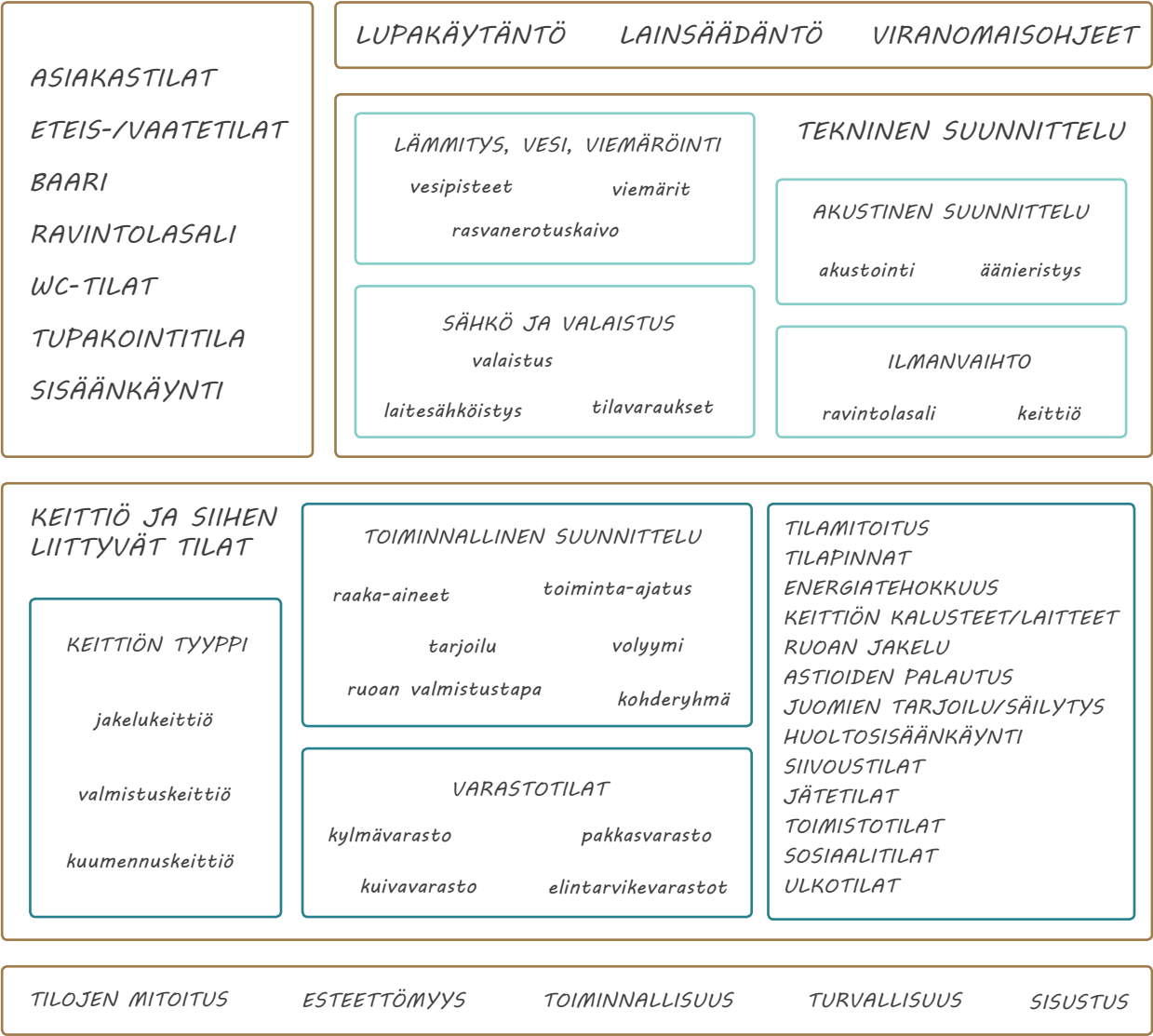
Ravitsemisliikkeen esteettömyys

Ravitsemisliikkeen asiakastiloissa tulee taata esteetön pääsy tarjottavien palveluiden äärelle. Asiakastilan ei tarvitse kuitenkaan olla kokonaan esteetön, vaan sieltä tulee löytyä pyörätuolin käyttäjille soveltuvia asiakaspaikkoja, inva-wc sekä riittävän leveät kulkuväylät. Esteettömän oviaukon tulee olla vähintään 800-850 mm leveä ja kulkuväylien tulee olla leveydeltään vähintään 900 mm. Kulkuluiskan kaltevuus saa olla korkeintaan 8 %, ja kynnykset saavat olla enintään 20 mm korkeita. (RT 94-11164)

Sisustus osana liikeideaa

Ravitsemisliikkeen sisustuksen tulee tukea liikeideaa. Sisustus voi tukeutua brändiin tai pyrkiä erottautumaan muista. Lähtökohtana on kuitenkin luoda mahdollisimman toimiva ja houkutteleva tila, jossa sekä asiakkaat että työntekijät viihtyvät. Sisustusratkaisujen tulee olla kestäviä, helppohuoltoisia ja turvallisia. Kalustevalinnoilla, materiaaleilla, väreillä, valaistuksella ja niiden sijoittelulla luodaan tilasta viihtyisä ja elämyksellinen. (RT 94-11164)

Ravitsemisliikkeen suunnittelussa  
huomioitavat teemat



## MYYMÄLÄSUUNNITTELUN OSATEKIJÄT:

### *Ulkoiset tekijät:*

- *piha-alue*
- *opasteet ja mainokset*
- *rakennus*
- *julkisivu*
- *sisäänkäynti*
- *näyteikkunamainonta*

### *Sisäiset tekijät:*

- *pohjaratkaisu*
- *asiakaskierto*
- *esillepano*
- *kalusteet*
- *valaistus*
- *ilmastointiratkaisut*
- *käytävät ja palvelupisteet*
- *siisteys, huolto ja logistiikka*
- *värimaailma ja materiaalit*
- *ilmapiiri ja palvelukulttuuri*
- *myymälämainonta ja opasteet*
- *elämyksellisyys*

## 5.2 Myymälasuunnittelun perusteet

Myymäliemielikuvaan vaikuttavat sekä ulkoiset että sisäiset tekijät. Ulkoiisiin tekijöihin luetellaan liikkeen piha-alue, opasteet ja mainokset, itse rakennus, sen julkisivu, sisäänkäynti ja näyteikkunamainonta. Sisäisiin tekijöihin kuuluvat puolestaan pohjaratkaisu ja asiakaskierto, tuotteiden esillepano, valaistus, värit ja materiaalit, ilmastointiratkaisut, käytävät ja palvelupisteet, ilmapiiri ja palvelukulttuuri, siisteys, huolto ja logistiikka, myymälämainonta ja opasteet sekä elämyksellisyys. (Nieminen 2004, 132)

### **Ulkoiset tekijät**

Myymälan ulkoiset tekijät muodostavat ensivaikutelman yrityksestä. Piha-alueen tulee viestiä asiakkaille siisteydestä, selkeydestä ja toimivuudesta. Julkisivun tulisi heijastaa yrityksen identiteettiä yhtenäisellä värimaailmalla, valaistuksella ja grafiikalla. Tärkeää on kunnioittaa rakennusta, jossa yrityksen tilat ovat, ja toteuttaa suunnitelma rakennuksen identiteettiä mukaillen. (Nieminen 2004, 132-135)

### Sisäiset tekijät

Myymäläympäristön tulee olla viihtyisä, korostaa elämyksellisyyttä ja vahvistaa yrityksen imagoa. Kalustevalinnoilla, esillepanoilla ja myymälämainonnalla on imagon kannalta suuri rooli, ja niiden tarkoitus on vahvistaa asiakkaiden mielikuvaa yrityksestä. Onnistunut visuaalinen markkinointi tekee yrityksestä houkuttelevamman ja persoonallisemman, jolloin kilpailijoista on helpompi erottautua. (Nieminen 2004, 138-139, 211)

Myymälämielikuvaa rakennettaessa materiaaleilla ja väreillä on paljon merkitystä. Erilaiset materiaali- ja väriyhdistelmät vaikuttavat asiakkaan ostokäyttäytymiseen, ja onkin tärkeää valita juuri ne värit ja materiaalit, jotka tukevat brändin identiteettiä ja kannustavat asiakkaita viettämään aikaa myymälässä. Esimerkiksi lasipinnat, klinkkerit ja messinki luovat ylellisen vaikutelman kun taas tehokkaan ja asiallisen vaikutelman saa käyttämällä kromia, kiveä ja lasipintoja. (Markkanen 2008, 111; Nieminen 2004, 143)

Hyvin suunniteltu asiakaskierto edistää myyntiä sekä tilankäytön tehokkuutta. Asiakaskiertoon voidaan vaikuttaa sekä esillepanokalusteiden ja tuotteiden sijoittelulla että

myymälämainonnalla. Asiakkaan on hyvä hahmottaa myymälän kulkusuunnat heti tilaan saavuttuaan. Välittömästi myymälän sisäänkäynnistä alkava opastus, myymäläkaluston viitoittama kulkusuunta ja visuaaliset levähdyspaikat edesauttavat asiakkaan kiertelyä ja viihtymistä tilassa. (Nieminen 2004, 244-246; 250)

Onnistuneen myymälätilan edellytyksenä on oikeanlaiset kalustevalinnat, joiden tulee tukea tuotteiden esillepanoa ja säilyvyyttä, helpottaa ja tehostaa myyjien työtä sekä saada aikaan heräteostoksia. Houkuttelevat ja huolellisesti toteutetut esillepanokokonaisuudet herättävät asiakkaissa huomiota ja mielenkiintoa, tekevät tilasta viihtyisän ja elämyksellisen ja edistävät myyntiä. (Nieminen 2004, 211; 250)

Myymäläkalusteita sijoiteltaessa on tärkeää ottaa huomioon riittävät käytävän leveydet. Pääkäytävän leveydeksi suositellaan 1800-2500 mm ja sivukäytävien leveydeksi 1000-1500 mm. Palvelupisteiden ja kassojen ympärille tulee jättää tilaa 2000-3000mm. Myös tuotteiden esillepanokorkeudet on hyvä huomioida. Silmien tasolla olevat tuotteet myyvät parhaiten. Toiseksi parhaiten myyvät käden korkeudella olevat tuotteet ja kolmanneksi

parhaiten silmien yläpuolella olevat tuotteet. Lattiatasoon sijoitetut tuotteet myyvät heikoiten. (Nieminen 2004, 246; 255)

Niemisen (2004, 258) mukaan jopa 70-80 % ostopäätöksistä tehdään vasta paikanpäällä myymälässä. Myymälämainonnalla onkin merkittävä rooli asiakkaiden myymäläkokemuksessa. Myymälämainonta on tehokas viestintäkeino, sillä se antaa asiakkaalle kaiken tarvittavan informaation kyseisestä myymälästä. Mainonta mm. ohjaa asiakasta löytämään haluamansa tuotteet, luo selkeyttä, järjestystä, viihtyisyyttä ja mielikuvia yrityksestä sekä edistää myyntiä.

Visuaalisesti näyttävän kokonaisilmeen krunaa huolellisesti suunniteltu myymälävalaistus. Sen avulla luodaan tilan yleisvalo sekä korostetaan tai häivytetään haluttuja yksityiskohtia. Turvallisuus, tehokkuus, muunneltavuus, energiatehokkuus ja ympäristöystävällisyys ovat valaisinsuunnittelun päätavoitteita. Valolähteen värilämpötila (Kelvin), värintoistoindeksi (RA-indeksi) sekä valaistusvoimakkuus (luksi) vaikuttavat puolestaan siihen, millaisena ympäristömme näemme ja koemme. (Nieminen 2004, 201-201)

### *Myymälämainonnan välineitä:*

- *tuoteryhmäopasteet*
- *kyltit*
- *hyllypuhujat*
- *julisteet, banderollit*
- *viirit, liput*
- *katokset*
- *hinnannäyttötuotteet*
- *seinien valotaulut*
- *valokaappijulisteet*
- *lattiatileteippaukset*
- *erilaiset telineet ja tasot*
- *valolaatikot*
- *promootiopisteet*
- *infotaulut*
- *äänimainonta*
- *tv-monitorimainonta*
- *tv-screenit*
- *tuoksumainonta*

(Nieminen 2004)



## 5.3

### Palvelu osana liikekonseptia

Palvelu on yksi parhaimmista keinoista vaikuttaa asiakkaan ostopäätökseen. Siirryttäessä kohti palvelukeskeisempää yhteiskuntaa yritysten välille on syntynyt yhä enemmän kilpailua. Tuotteiden samanlaistuminen on haastanut yrityksiä kehittämään itselleen uudenlaisia keinoja erottautua muista kilpailijoista. On huomattu, ettei asiakkaan ostopäätös synny enää pelkän ominaisuuden tai hinnan perusteella. Tuotteelle onkin saatava lisäarvoa jostain muualta. Palvelun merkitys yhtenä tärkeimpänä lisäarvon tuottajana onkin noussut yritysten välisessä kilpailussa. (Romppanen 2009, 6)

#### Asiakaspalvelun merkitys ostopäätöstä tehdessä

Yli 80 % ostopäätöksistä tehdään vasta paikalla liikkeessä. Ammattitaitoinen myyjä ja onnistunut myyntiprosessi ovat ratkaisevassa asemassa lopullisessa ostopäätöksessä. Yksilöllistä palvelua saadessaan asiakas tekee helpommin ostopäätöksen ja hyväksyy helpommin myyjän tekemän tarjouksen. Tällainen asiakas on myös tyytyväisempi ja avoimempi myyjän ehdotuksille myöhemmissä ostotilanteissa. (Mether & Hämäläinen 1994, Aalto & Rubanovitsch 2007, Romppanen 2009, 23 mukaan)

Mielikuva koko ostoprosessista ja myyjän antamasta palvelusta heijastuu asiakkaan tuleviin ostopäätöksiin. On siis tärkeää, että asiakkaan saama tuote ja palvelu vastaavat hänen odotuksiaan ja parhaimmassa tapauksessa ylittävät ne. Tyytyväinen asiakas tulee todennäköisesti myös uusintaostoksille ja suosittelee yritystä muille. (Mether & Hämäläinen 1994, Kotler ym. 2001, Romppanen 2009, 24 mukaan)

Romppasen (2009, 24-25) mukaan monet asiakkaat ovat valmiita maksamaan enemmän saadakseen parempaa palvelua. Etenkin kalliimpien hankintojen kohdalla asiakas

saattaa pelätä tekevänsä virheostoksen. Tällöin myyjän antama tuki ostopäätöksen tekemisessä on avainasemassa.

Asiakaskontaktien luominen on tärkeää pitkäaikaisia asiakassuhteita hankittaessa. Etenkin pienillä paikkakunnilla ja erityismyymälöissä asiakkaiden ja myyjien välille saattaa muodostua erityinen luottamus. Tällainen luottosuhde saa asiakkaat jatkossakin asioimaan liikkeessä saamansa laadukkaan palvelun ja asiakassuhteen vuoksi. (Larsson 2008, Romppanen 2009, 26 mukaan)

## 5.4

# Muuntojoustavuus tilasuunnittelun lähtökohtana

Tilankäytön tehokkuuden kannalta on suunnittelussa olennaista suosia tilan muunneltavuutta. Jotta tila vastaisi mahdollisimman monen käyttäjän tarpeisiin, tulisi tilassa olevien elementtien monipuolinen käyttö mahdollistaa.

Heti suunnittelutyötä aloitettaessa on hyvä ottaa huomioon tilan monipuolinen käyttö ja muuntojoustavuus. Kiinteitä tilaratkaisuja tulisi käyttää harkitusti, ja niiden sijoittuminen tilaan tulee pohtia tarkoin. Kiinteät elementit rajoittavat tilan joustavaa käyttöä, ja siksi niiden käyttö muuntojoustavassa tilasuunnitelmassa tulee karsia minimiin. Kiinteät kalusteratkaisut ovat kuitenkin välttämättömiä, mikäli tilaan halutaan vetää vesi- ja viemäri-

putket lattian läpi. Oleellista on siis määrittää kiintokalusteiden paikat siten, että ne ovat toimivilla paikoilla myös käyttötarkoitusta muutettaessa.

Suunniteltaessa muuntojoustavaa tilaa on huomioitava eri elementtien toimivuus ja helpokäyttöisyys. Kalusteiden tulee olla kevytrakenteisia, ja niitä valittaessa on hyvä suosia modulaarisia vaihtoehtoja. Ihannetilanteessa käyttäjä saa itse valita, minkä kokoisen tai muotoisen kalusteen hän saatavilla olevista elementeistä kokoaa. Tällöin kuhunkin käyttötarkoitukseen voi soveltaa yhtä elementtiä, jolloin tilan yleisilme pysyy yhtenäisenä. Modulaaristen kalustekokonaisuuksien edellytyksenä on yksinkertainen mekanismi, jonka

jokainen käyttäjä oivaltaa. Modulaaristen kalusteratkaisujen lisäksi on hyvä valita esimerkiksi pienillä pyörillä liikuteltavia elementtejä.

Erilaisten tilanjakajien ja liikuteltavien väliseinien käyttö mahdollistaa tilan rajaamisen eri käyttöajankohtina. Liikuteltavien väliseinien ja tilanjakajien käytössä tulee kuitenkin olla maltillinen ja huomioida tilan esteettömyys ja selkeys.

Valaistuksella on olennainen osa tunnelmallisen tilan luomisessa. Henkilökunnan työskentelyn ja huollon kannalta hyvä yleisvalo on välttämätön. Monikäyttöistä tilaa suunniteltaessa tilassa tulee olla myös himmennettävä tunnelmavalistus, jota voi muunnella

eri käyttötarpeeseen ja vuorokauden aikaan sopivaksi. Valaisimien kiinnitysjärjestelmät tulee suunnitella niin, että kalusteiden paikkoja vaihdeltaessa myös valaisimet on helppo siirtää.

Pinta- ja kalustemateriaaleissa on tärkeää käyttää sellaisia vaihtoehtoja, jotka kestävät kulutusta ja ovat helposti huollettavissa. Olisikin hyvä suosia erilaisia, puu- ja kivipintoja, jotka patinoituvat käytössä kauniisti. Myös erilaiset suurta kulutusta varten kehitetyt synteettiset materiaalit, kuten Corian ovat hyviä valintoja valittaessa kestäviä pintamateriaaleja.



# 6

## Kohde

# 6.1

## Mallasjuoma Oy



Kauppias Henrik Mattsson osti vuonna 1874 August Fellmanin ja apteekkari Wahlstedtin Niemeen rakentaman olutpanimon. Vuonna 1902 Mattsson siirsi tuotantolaitoksen Lahden Kauppalaan, nykyisen Vapaudenkadun varrelle. Samalla perustettiin uusi osakeyhtiö, jonka nimeksi tuli Uusi Olutpanimo Oy. Valtion kiristäessä alkoholiveroa vahvan oluen tuotannon tulevaisuus näytti synkältä. Niinpä vuonna 1912 Henrik Mattsson perusti yhdessä poikiensa, Ernstin ja Maxin kanssa vain mietoja alkoholijuomia valmistavan Osakeyhtiö Mallasjuoman, joka aloitti toimintansa samana vuonna Päijänteenkadun varrelle rakennetussa tehtaassa. (Kuka, Mitä, Lahti, 2015)

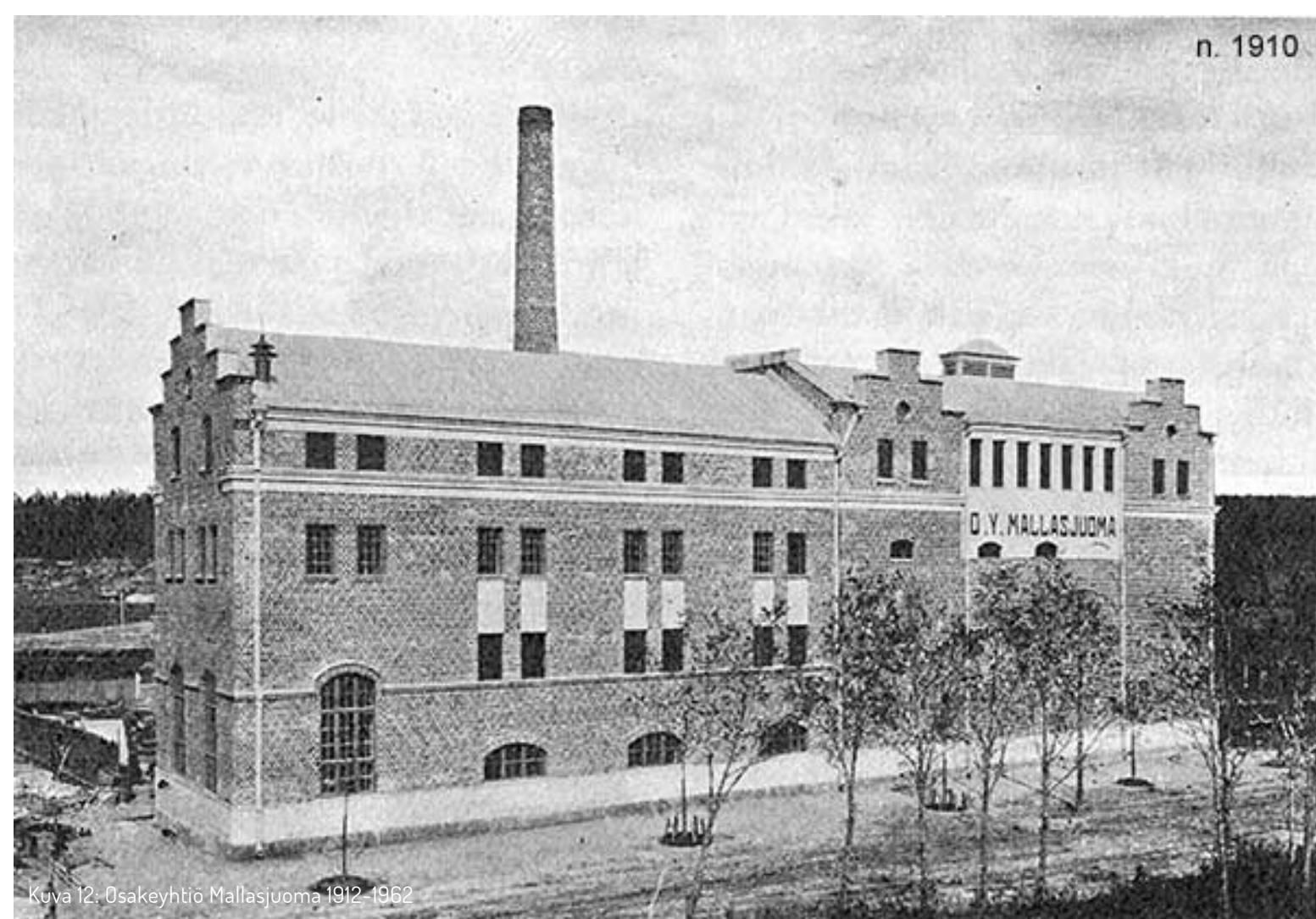
Mallasjuoman alku oli vaikea, mutta ensimmäisen maailmansodan alkuvuodet muuttivat tilanteen olennaisesti ja oluen myynti nousi huippulukemiin. 1917 Mattssonit päättivät keskittää toimintansa pelkästään Mallasjuomaan ja lopettaa Uusi Olutpanimo Oy:n. Ensimmäisen maailmansodan jälkeiset vuodet ja kieltolain voimaantulo vuonna 1919 johtivat Mallasjuoman jälleen vaikeuksiin. Kieltolain voimaantultua Mallasjuoma otti tuotantoon-

sa myös virvoitusjuomat, joista tuli nopeasti merkittävä osa yrityksen tuotantoa. (Kuka, Mitä, Lahti, 2015)

Henrik Mattssonin sekä hänen poikiensa kuoltua 1920-luvun alussa yritystä jäi johtamaan Mallasjuoman entinen isännöitsijä ja sittemmin toimitusjohtajana toiminut Gunnar Åhfelt-Arjamo. Kieltolain päätyttyä Mallasjuoma ryhtyi valmistamaan II- ja III -veroluokkien oluita ja perusti Lahden Erikoisoluen, joka loi yhtiölle aivan uuden imagon. (Kuka, Mitä, Lahti, 2015)

1950-luvulla panimoteollisuuteen liittyneestä kilpailun säännöstelystä alettiin luopua. Samalla alkoi Mallasjuoman merkittävä kehitys maan johtavaksi alan yritykseksi. 1960-luvulla mallasjuoman tuotanto jatkoi kasvamistaan. Vuosikymmenen kruunasi vuonna 1969 vapautunut keskioluen myynti. Näiden vuosikymmenten aikana Mallasjuomasta tuli lahtelaisuuden vertauskuva mainonnassa. Sanonnat "Ei oo Lahden voittanutta!" ja "Moi Lahtelaista!" tulivat tutuiksi koko maassa. (Kuka, Mitä, Lahti, 2015)



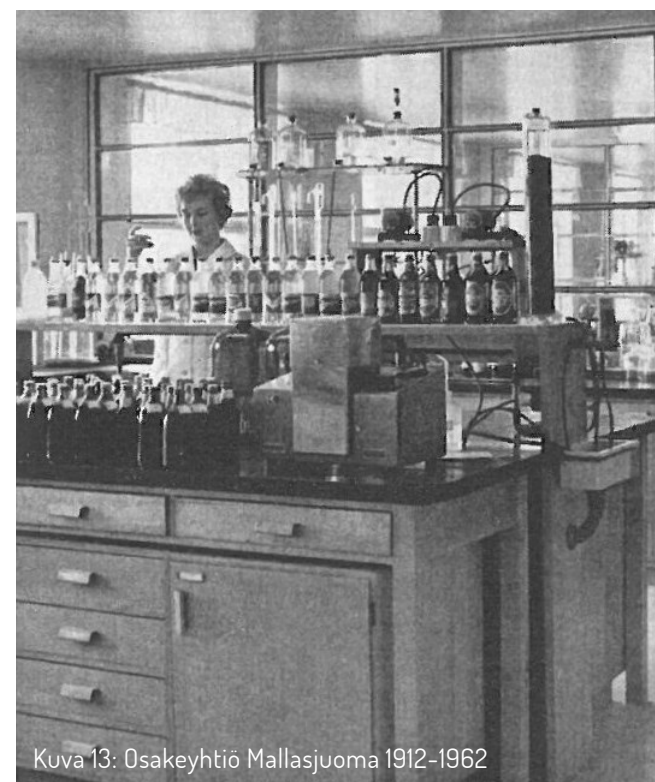


Kuva 12: Osaakeyhtiö Mallasjuoma 1912-1962

### Hartwall ostaa Oy Mallasjuoman

Mallasjuoma pysyi johtavana panimoalan yrityksenä 1980-luvulle asti, kunnes Hartwall ja Sinebrycoff jättivät yrityksen kolmanneksi. Vuonna 1988 Mallasjuoman omistajasuvut myivät yhtiön osaksi Hartwall-konsernia, josta syntyi maan suurin panimoyhtiö. Kymmenen vuotta myöhemmin Mallasjuoman tuotantolaitos Lahden keskustassa lopetettiin. Vähitellen myös Mallasjuoman tuotemerkit hävisivät julkisuudesta ja tuotannosta. (Kuka, Mitä, Lahti, 2015)

Hartwall päätti kuitenkin jatkaa oluen ja virvoitusjuomien valmistusta Lahdessa. Vuonna 2003 Kujalaan valmistui mittavin investoinnin toteutettu tuotantolaitos ja logistiikkakeskus, jonne Hartwall keskitti tuotantonsa. Vuonna 2008 Hartwall toi jälleentuotantoon Mallasjuoman Lahden Sininen -nimisen oluen. (Kuka, Mitä, Lahti, 2015)



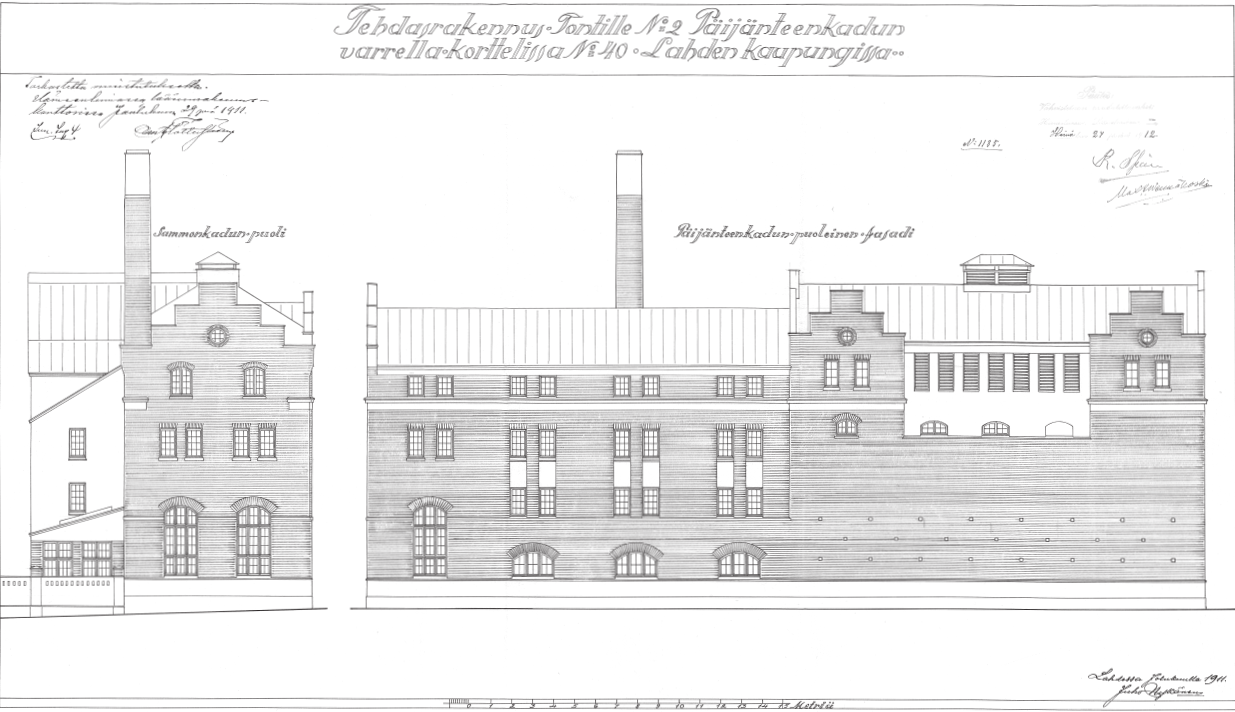
Kuva 13: Osaakeyhtiö Mallasjuoma 1912-1962



Kuva 14: Osaakeyhtiö Mallasjuoma 1912-1962

# 6.2

## Kiinteistön vaiheista



Kuva 15: Lahden seudun rakennusvalvonta. Mallasjuoman julkisivut Mallaskadulle ja Päijänteenkadulle vuodelta 1912.

### Mallasjuoman panimotoiminta

Vuonna 1912 Henrik Mattsson perusti yhdessä poikiensa, Ernstin ja Maxin kanssa Osakeyhtiö Mallasjuoman ja rakennutti punatiilisen tuotantotehtaan Päijänteenkadun varrelle. Arkkitehti Juho Nykäsen suunnittelema rakennus oli Suomen ensimmäinen ainoastaan mietojen mallasjuomien valmistusta varten suunniteltu panimo. Tehdasrakennus edustaa aikansa tyypillistä tehdasarkkitehtuuria, jossa voi havaita piirteitä vuosisadan vaihteen panimoarkkitehtuurista. (Kuka, Mitä, Lahti, 2015; Päijät-Hämeen liitto 2015; Könönen 2002)

Mallasjuoman tehdasrakennusta laajennettiin vuosien mittaan useaan otteeseen. Muun muassa 1930-luvun lopulla Mallasjuoma rakennutti uuden viisikerroksisen tuotantolaitoksen Sammonkadun ja Nastolankadun kulmaan. Rakennuksen myötä Mallasjuomasta tuli yksi koko Euroopan moderneimmista panimoista. 1987-luvulle mennessä Mallasjuoma oli laajentanut toimintansa koko suukorttelin laajuudelle. (Kuka, Mitä, Lahti, 2015; Päijät-Hämeen liitto 2015; Könönen 2002)

### Panimorakennus Mallasjuoman jälkeen

Hartwallin ostettua Mallasjuoman vuonna 1989 tuotantolaitos Lahden keskustassa lopetettiin ja tuotanto siirrettiin keskustan ulkopuolelle. Panimorakennus seisoj tyhjillään vuoteen 2003 asti, jolloin Taidepanimo aloitti toimintansa entisen pullottamon tiloissa. Tiloiissa toimi mm. taidegallerioita, taidelainaaamo ja grafiikan paja. Taidepanimo ehti olla Päijänteenkadun varrella viisi vuotta, kunnes se muutti Uuden Kipinän tiloihin Kymintielle vuonna 2008. (Kuka, Mitä, Lahti, 2015; Taidepanimo 2015)

Skanska ja Lemminkäinen ostivat 2000-luvun alussa Lahden Mallasjuoman Hartwall Oy:ltä. Mallasjuoman tehdaskortteliin rakennutettiin uusi asuinalue, ja suurin osa vanhoista teollisuusrakennuksista purettiin uusien asuinke-rostalojen tieltä. Vain ennen 1950-lukua rakennetut kulttuurihistoriallisesti merkittävät rakennukset säästyivät purkutuomiolta.



### Panimorakennus tänä päivänä

Vanhan panimorakennuksen julkisivut ovat säilyneet lähes alkuperäisessä asussaan. Päijänteenkadun puoleiset, katonrajassa olevat porraspäädyt purettiin kattorakenteiden muutostöiden yhteydessä 1963. Ikkunoita on vaihdettu pääosin vain katutasossa. Sammon- ja Päijänteenkadun kulmassa olleet korkeat ikkunat vaihdettiin keittämön jaon yhteydessä kahdeksi matalammaksi ikkunaksi vuonna 1916-1917. Samat ikkunat sekä muut Päijänteenkadun ja Sammonkadun puoleiset ensimmäisen kerroksen kaarevat ikkunat vaihdettiin suurempiin, suorakulmaisiin ikkunoihin vuonna 1938. (Könönen 2012)

Entiseen panimoon kehiteltiin vuosien varrella liiketiloja ja muuta toimintaa, mutta hankkeita ei viety eteenpäin kannattavuussyistä. Monen vuoden tyhjilläänolon jälkeen Mallasjuoman tehdas saa vihdoin uuden käyttötarkoituksen Malski Keskus Oy:n ostettua vanhan panimorakennuksen 2015. Yhtiö aikoo korjauttaa panimorakennuksesta Yritys- ja kulttuurikeskus Malskin vuoteen 2016 mennessä. (ESS 2015)



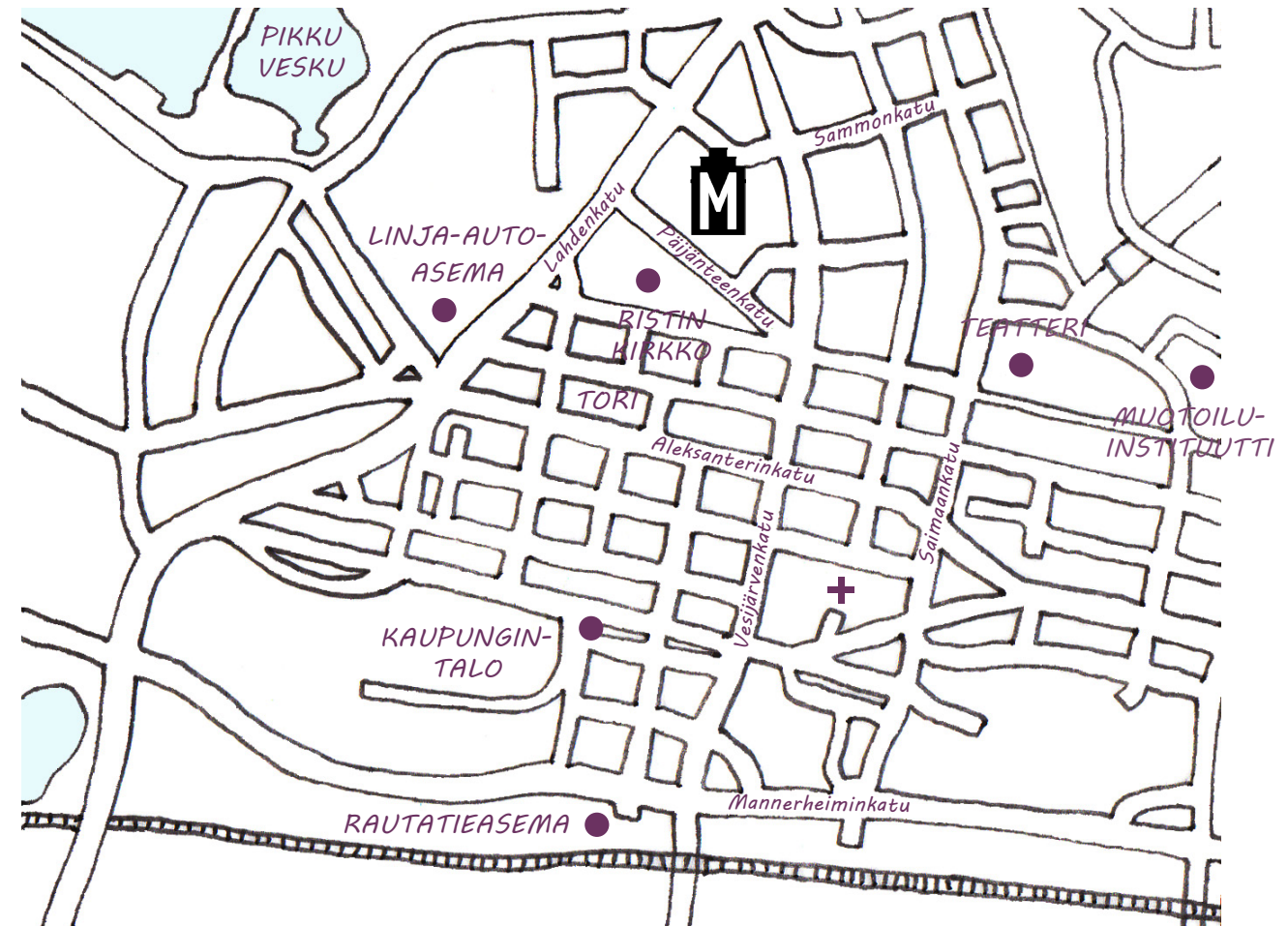


## 6.3

### Kohteen esittely

Mallasjuoman vanha tehdas on kulttuurisesti merkittävä suojelukohde ja olennainen osa Lahden historiaa ja kaupunkilaisten identiteettiä. Rakennus sijaitsee aivan ydinkeskustan tuntumassa Kirkkopuiston vieressä, Lahdenkadun ja Vesijärvenkadun välissä. Entinen teollisuuskortteli on nykyään noin 2000 lahdelaisen asuinpaikka. Kävelyetäisyydellä ovat monet kulttuuripalvelut, kuten ostoskeskukset, teatteri, kisapuisto sekä Vesijärven ranta.

Mallasjuoman vanha tehdas on sr-2 suojelumerkinnällä varustettu rakennus, josta säädetään seuraavasti: *"Rakennustaiteellisesti ja kulttuurihistoriallisesti (teollisuushistoria) arvokas sekä kaupunkikuvan säilymisen kannalta tärkeä rakennus. Rakennusta ei saa purkaa. Rakennuksessa ei saa tehdä sellaisia muutos- tai korjaustöitä, jotka turmelevat julkisivujen, vesikaton tai savupiipun rakennustaiteellista tai historiallista arvoa. Rakennuksen ikkunat on säilytettävä rakenteiltaan alkuperäisen kaltaisina. Suunnitelmat on hyväksyttävä kaupungin museolla."* (Lahden kaupunki, 2001)



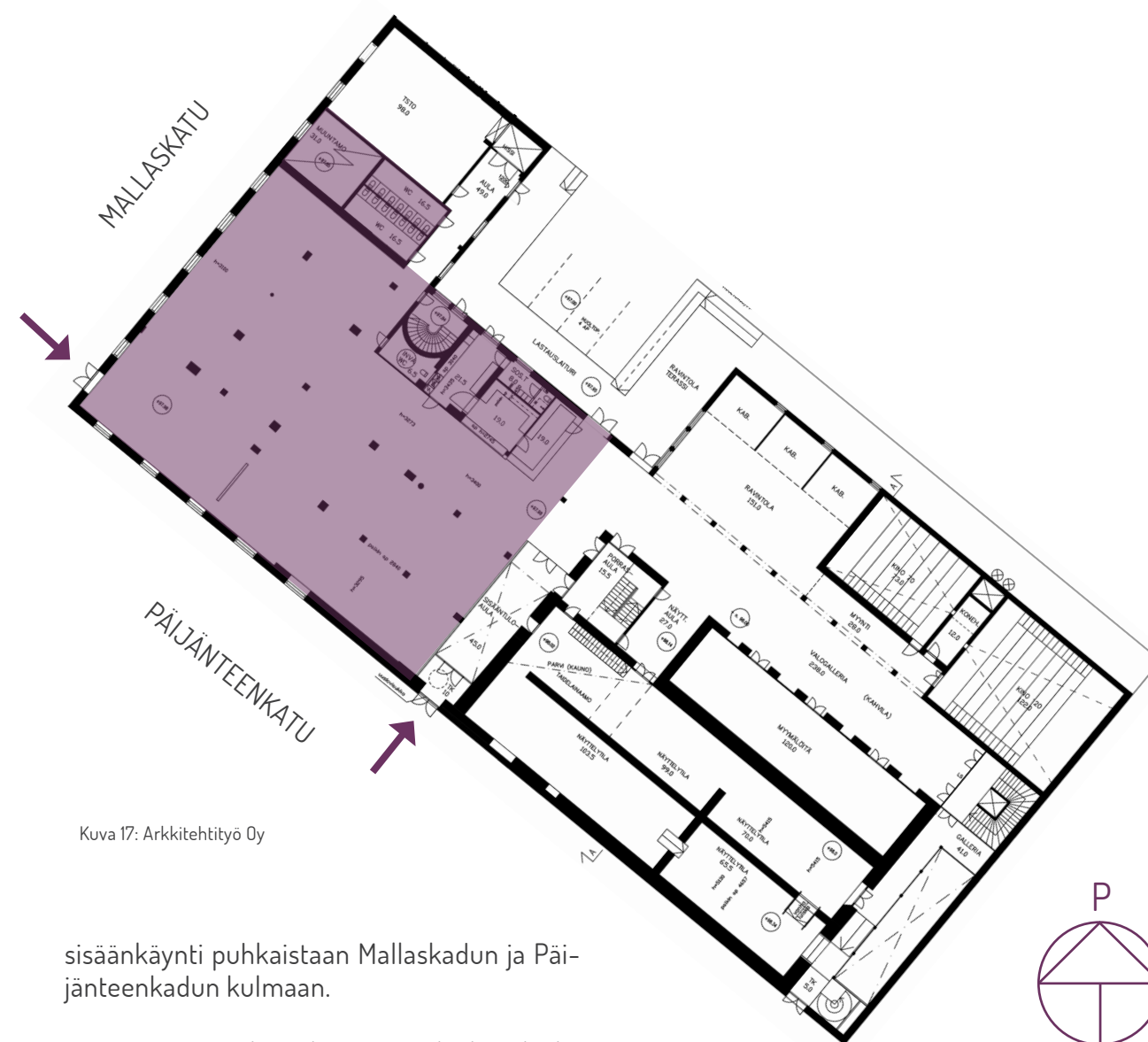




Yritys- ja kulttuurikeskus Malski rakentuu Mallasjuoman vanhaan panimorakennukseen, jonka kokonaispinta-ala on 9600 kem<sup>2</sup>. Suojeluun kuulumaton varastosiipi puretaan, ja tilalle rakennetaan uudisrakennus, joka koostuu teatteritiloista sekä koko rakennuksen korkuisesta näyttävästä valoaulasta. Vanhan osan pinta-ala on 6800 kem<sup>2</sup> ja uudisrakennuksen pinta-ala tulee olemaan 2800 kem<sup>2</sup>. (Malski 2015)

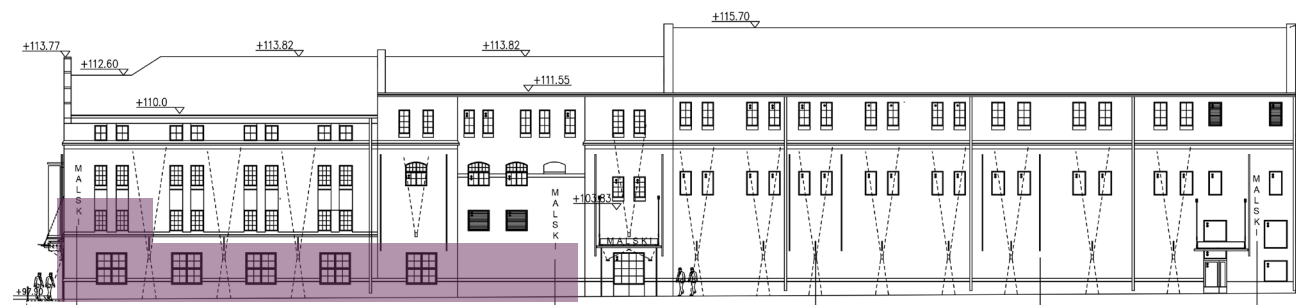
## Mallasjuoman vanha pullottamo

Opinnäytetyöni tilakohde sijaitsee vanhan paimorakennuksen ensimmäisessä kerroksessa, entisen pullottamon paikalla. Mallaskadun ja Päijänteenkadun kulmaan sijoittuva tila on pinta-alaltaan noin 900 m<sup>2</sup>. Ikkunat avautuvat Päijänteenkadun puolella etelään ja Mallaskadun puolella länteen. Tila sijoittuu aivan Malskin pääsisäänkäynnin viereen ja toinen

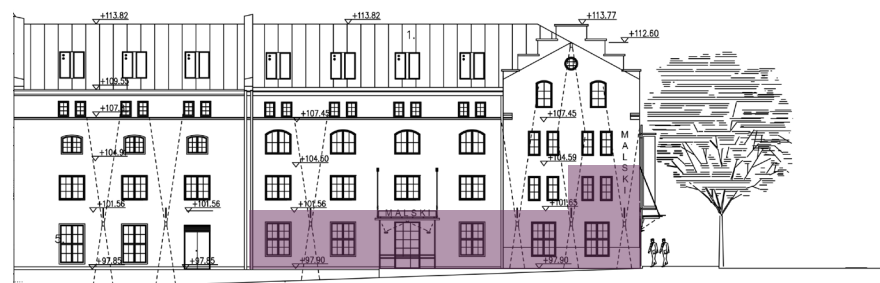


sisäänkäynti puhkaistaan Mallaskadun ja Päijänteenkadun kulmaan.

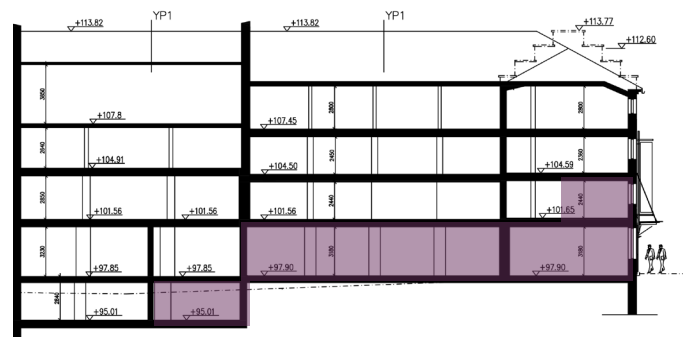
Ensimmäisessä kerroksessa on kaiken kaikkiaan noin 2500 m<sup>2</sup> lattiapinta-alaa, jossa tulee toimimaan muun muassa elokuvateatteri, ravintola-kahvila, pienmyymälöitä sekä erilaisia tapahtumatiloja. Ylempiin kerroksiin rakentuu muun muassa co-working tila, näyttelytilaa sekä seitsemän loft-asuntoa.



*Julkisivu Päijänteenkadulle*

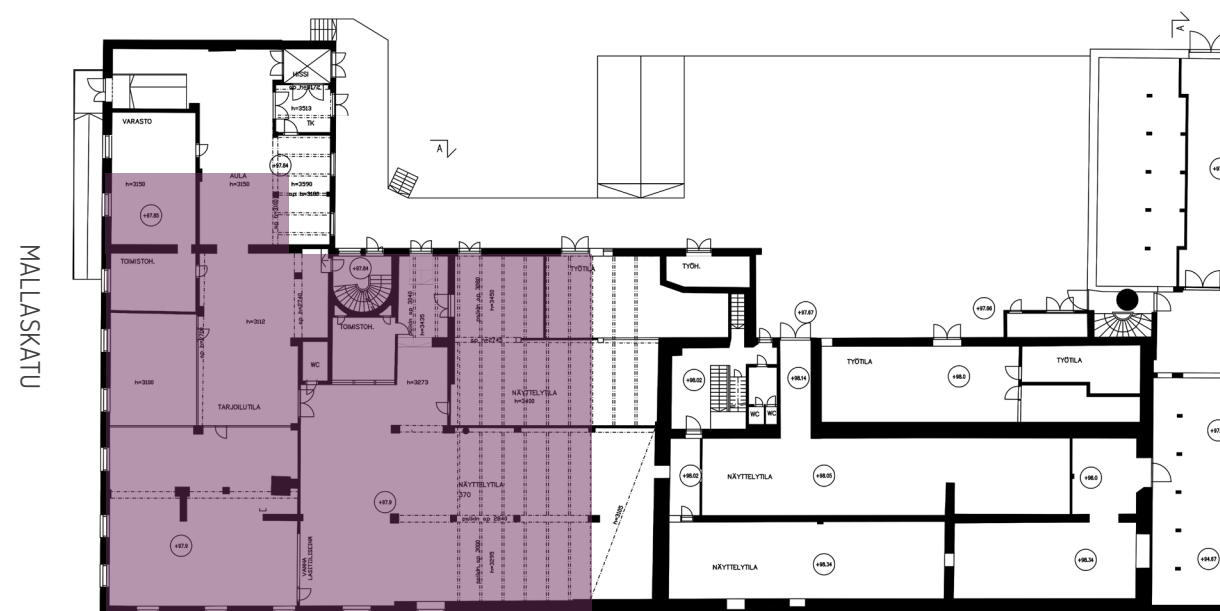


*Julkisivu Mallaskadulle*



*Leikkauskuva Mallaskadun suuntaisesti*

Kuvat 18, 19, 20: Arkkitehtityö Oy



*Tämänhetkinen 1.krs:n pohjakuva*

PÄIJÄNTEENKATU

Kuva 21: Arkkitehtityö Oy

Entisen pullottamon tilat ovat ihanteelliset ravintolan tai myymälän perustamista varten. Tila on suuri ja ikkunoita suhteessa muuhun rakennukseen on paljon. Pääsisäänkäynnin läheisyys tuo paljon näkyvyyttä tilassa toimiville yrityksille. Lastauslaiturin ja kellaritilojen läheisyys tekevät tilasta myös käytännön kannalta toimivan. Tila sijoittuu rakennuksen näkyvimpään kulmaukseen, ja seinän vierustalle voisi lämpimänä vuodenaikana sijoittaa pieniä pöytäryhmiä.

Tilan korkeus on noin 3400 mm. Sen poikki kulkee kuitenkin palkisto, joka laskee tilan paikoin alle 3000 mm korkuiseksi. Jotta tila

ei tuntuisi matalalta voidaan ensimmäisen ja toisen kerroksen välipohjaan puhkaista aukkoja, jolloin tilan korkeus kasvaa 6000 mm:iin. Korkeampi tila olisi oivallinen esimerkiksi Mallaskadun ja Päijänteenkadun kulmauksessa, jolloin tilaan pääsisi enemmän valoa molemmista ilmansuunnista. Välipohjan aukottamista voi perustella myös historiallisesta näkökulmasta, sillä kyseisessä kulmauksessa on myös Mallasjuoman aikoihin ollut korkea tila, jossa panimotuotteiden pullotus on tapahtunut. Kohdetilan alapuolelle sijoittuu osittain kellaritila, jonne voidaan sijoittaa varastotilat ja henkilökunnan tilat.



## 6.4 Nykytila

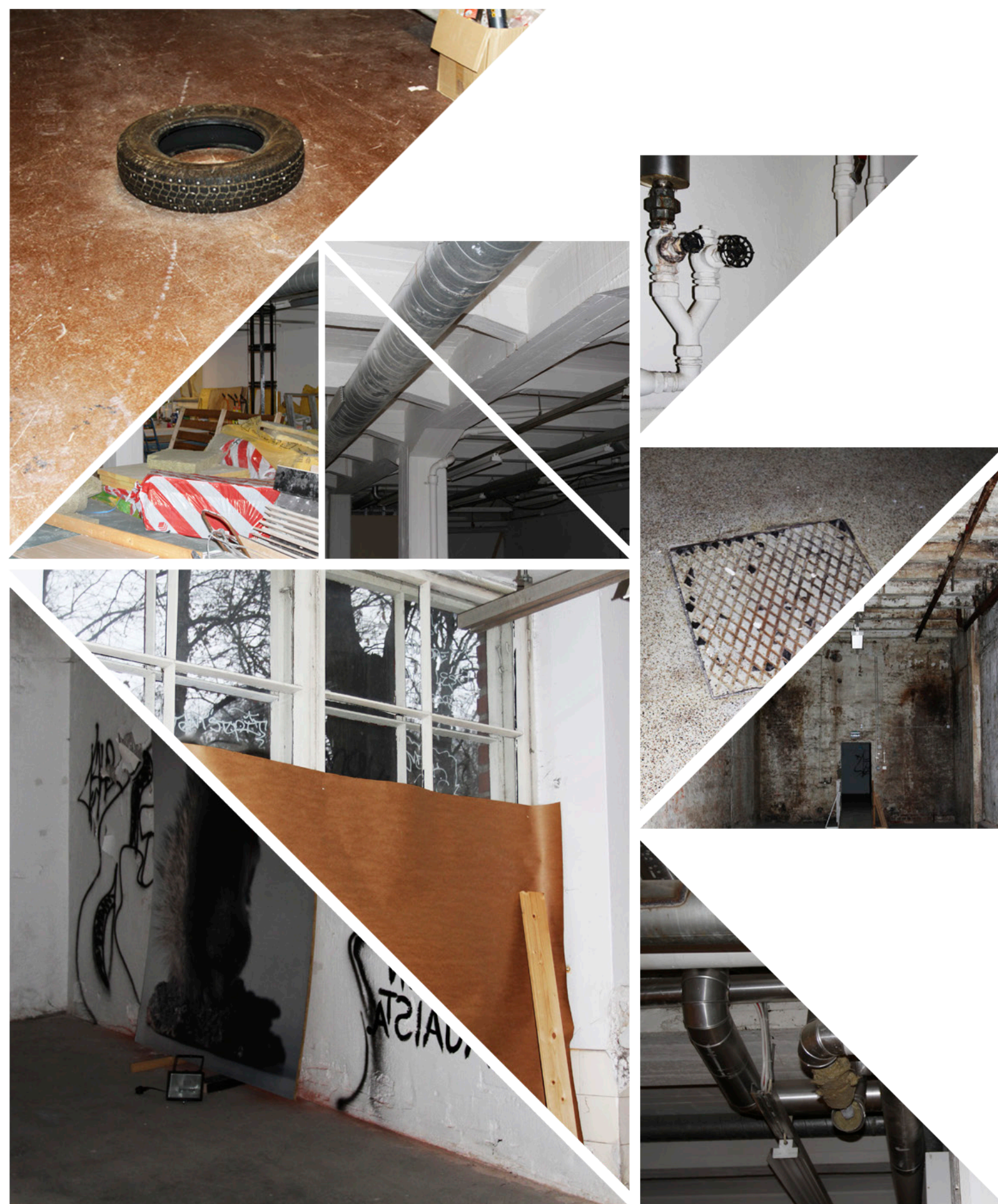
### Julkisivu

Panimorakennuksen julkisivut ovat puhtaaksi muurattua punatiiltä. Rakennus seisoo luonnonkivisokkelin päällä, jonka korkeutta on korostettu ruskeaksi maalatulla betonirappauksella. Rappausta on käytetty myös ylempänä ikkunakentissä ja muissa rakennuksen yksityiskohdissa. Rakennuksen Mallaskadun puoleista katonrajaa koristaa uusgoottilaisvaikutteinen porraspääty. Julkisivujen ikkunat ovat pääosin suorakaiteen muotoisia ristikkoikkunoita, joiden karmit ja puitteet on maalattu ulkoa tumman punaisiksi. (Könönen 2002)

Rakennus on seisonut pitkään tyhjiään ja se on kärsinyt jonkin verran myös ilkivallasta. Huolimatta seinä- ja ikkunapintoihin maalaetuista graffiteista Pääjärteenkadun puoleinen julkisivu on säilynyt hyvin. Koska rakennuksen julkisivut on suojeltu arvokkaana teollisuus historian ja kaupunkikuvan ilmentymänä tulee julkisivut korjata harkitusti ja rakennuksen luonnetta kunnioittaen. (Könönen 2002)







### Sisätila

Osa rakennuksen sisätiloista on seissyt kylmillään panimotoiminnan päättymisestä lähtien. Valitsemani tila on ollut panimotoiminnan jälkeen näyttelykäytössä sekä toiminut konekorjaamona ja varastotilana. Tilassa on pidetty yllä peruslämpö, joten rakenteet eivät ole päässeet kärsimään.

Rakennuksen kantavat seinät ovat massiivista 400–600 mm paksua tiilimuurausta. Sisäpuolelta seinäpinnat on tasoitettu ja maalattu eri sävyin. Ikkunankarmit ja -puitteet ovat osin keltaiseksi ja osin valkoiseksi maalattuja. Lattiapinta on harmaan sävyinen, epoksinnoitettu betonilattia.

Tilan huonekorkeus suhteessa sen pinta-alaan on melko matala. Matalaa vaikutelmaa korostavat entisestään tilan poikki molempiin suuntiin kulkevat kattopalkistot, jotka ovat korkeudeltaan noin 450 mm. Katossa kulkee

palkistojen lisäksi ilmastointi- ja vesiputkia, jotka laskevat huonekorkeutta paikoin vielä matalammaksi. Palkistoja tai muita tilan identiteetille olennaisia ratkaisuja ei voi purkaa. Päinvastoin näitä tilan historialle olennaisia elementtejä tulisi korostaa ja käyttää valttikorttina.

Tilaan on rakennettu väliaikaisia kevytrakenteisia seiniä, jotka tekevät vaikutelmasta sokkeloisen. Väliseiniä purkamalla saa tilasta kuitenkin selkeämmän ja avaramman. Koko tilaa halkovat massiiviset, eri kokoiset ja -muotoiset pilarit, jotka tulee kantavina rakenteina jättää paikoilleen. Jokaisen pilarin ainutkertaisuus tekee kokonaisuudesta kuitenkin mielenkiintoisen ja persoonallisen.

Kellaritilat sijoittuvat vain osittain valitsemani tilan alapuolelle, joten vesi- ja viemärivertoja suunniteltaessa tulee niiden sijaita kellaritilojen yläpuolella.



## 6.5 Ruokatoreja maailmalta



kuva 22: dorfsblog.blogspot.fi



kuva 23: emmalundin.co.uk

### Torvehallerne KBH, Kööpenhamina

Torvehallerne sijaitsee keskeisellä paikalla Tanskan pääkaupungissa, Kööpenhaminassa. Vuonna 2011 avatussa jättimäisessä ruokatorissa on 60 eri myyntikojua, jotka tarjoavat korkeatasoista sesonkiruokaa niin läheltä kuin kaukaa. Ruokatorin työntekijät ovat ammattitaitoisia ja palveluhaluisia. Laatu, tuoreus ja suora yhteys kauppiaden ja tuottajien välillä kuuluvat Torvehallernen pääperiaatteisiin. (Torvehallerne 2015)



kuva 24: vinja.dk



kuva 25: photo-gallery.dk



kuva 26: nogetommad.blogspot.com.es



## Chelsea Market, New York

Vuonna 1997 avattu, maailman suurimpiin kuuluva ruokahalli, Chelsea Market sijaitsee Manhattanin kaupunginosassa New Yorkissa. Entiseen keksitehtaaseen perustettu ruokatori vetää vuodessa noin kuusi miljoonaa vierailijaa eripuolilta maailmaa. Ruokahallissa toimii 35 eri yritystä, jotka tarjoavat asiakkailleen monipuolisia palveluja ja laadukkaita tuotteita, kuten merenantimia, tuoreita vihanneksia ja leivonnaisia. (Chelsea Market 2015)



kuva 27: www.flickr.com



kuva 28: www.flickr.com



kuva 29: s-media-cache-ak0.pinnimg.com



kuva 30: theyuppiefiles.com



## Mathallen, Oslo

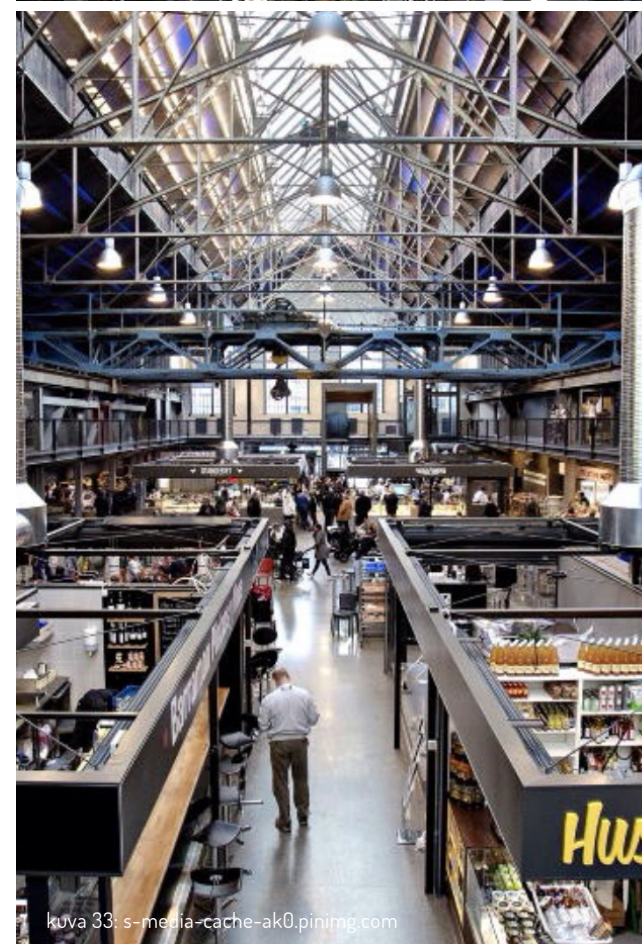
Norjan pääkaupungissa, Osllossa vuodesta 2012 lähtien toiminut ruokatori Mathallen Oslo on monipuolinen keskus, jossa on peräti 30 ruokakojua tarjoten laadukasta ruokaa Norjasta sekä muualta maailmasta. Vuonna 1908 rakennettu valtava halli on toiminut alunperin teollisuusrakennuksena. Mathallenissa järjestetään myös messuja, konferenssejä sekä kursseja liittyen ruokaan ja juomaan. (Mathallen 2015)



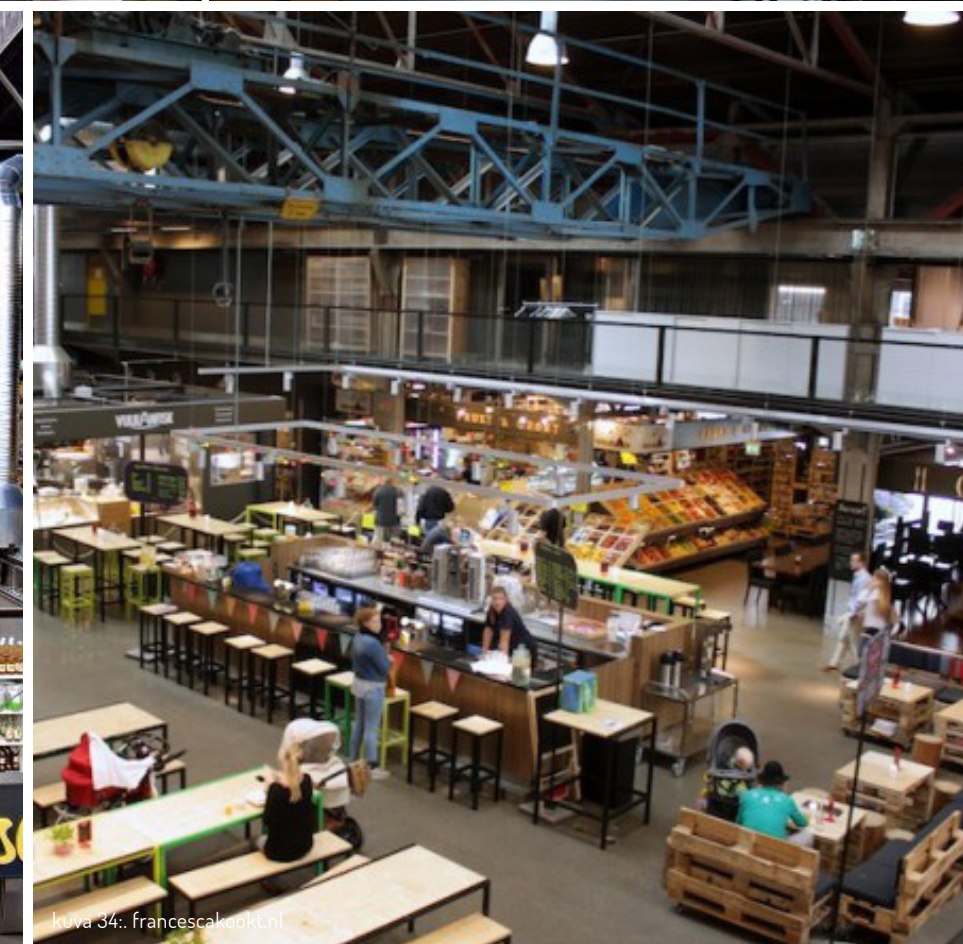
kuva 31: francescakoo



kuva 32: fbcdn-sphotos-g-a.akamaihd.net



kuva 33: s-media-cache-ak0.pinning.com



kuva 34: francescakoo.nl





# 7

Tavoitteet  
ja rajaus

## 7.1

### Toiminnalliset tavoitteet

Tavoitteena on suunnitella toimiva tilakokonaisuus sekä asiakas- että henkilökunnalle. Tilan tulee olla helposti muunneltavissa, ja toiminnallisten vyöhykkeiden tulee olla rajattavissa toisistaan vuoronkaudenajan ja käyttötarpeen mukaan. Tilan päätarkoitus on toimia paikallisten olohuoneena ja tarjota monipuolisesti eri palveluita niin paikallisille kuin turisteille. Lisäksi tilassa tulee olla mahdollista järjestää erilaisia tapahtumia viininmaistelusta jazz-konserttiin.

Tila jakautuu kolmeen eri vyöhykkeeseen: torialueeseen, kahvila- ja baarialueeseen sekä lounge- ja salialueeseen. Toimivan ja tehokkaan kokonaisuuden kannalta tulee vyöhykkeiden olla harmoniassa ja vuorovaikutuksessa keskenään. Kaikilla vyöhykkeillä tulee ottaa huomioon tilan toimivuus, tehokkuus, muunneltavuus, elämyksellisyys ja esteettömyys.

## 7.2

### Visuaaliset tavoitteet ja tilan henki

Tilasuunnitelmassa tavoitteena on kunnioittaa rakennuksen historiaa ja pyrkiä säilyttämään alkuperäinen ilme mahdollisimman samankaltaisena. Panimorakennuksen luonteelle ominaisia elementtejä tulee korostaa ja sovittaa ne uuteen käyttötarkoitukseen sopiviksi. Tilakokonaisuuden tulee antaa yhtenäinen viesti yrityksen brändistä ja tarjota asiakkaille elämyksellinen, kaikki aistit huomioiva tilakokemus. Ennen kaikkea tilan tulee houkutella asiakkaita viihtymään ja rentoutumaan.

Koko tilan tulee olla mahdollisimman informatiivinen ja helppo lähestyä. Esillepanoissa tulee korostaa tuotannon läpinäkyvyyttä sekä laadukkaita ja tuoreita raaka-aineita. Tavoitteena on luoda keräämäni aineiston pohjalta elämyksellinen, viihtyisä ja urbaani tila, joka erottuu edukseen vallitsevilla markkinoilla.

## 7.3

### Kustannustavoitteet

Jotta konsepti olisi mahdollisimman kustannustehokas on siitä teetettävä tarkemmat kustannuslaskennat ammattitaitoisella henkilöllä. Etuna tälle konseptille on sen ainutlaatuisuus. Sitä tukemassa on kuitenkin oltava monipuolinen palvelu, joka tarjoaa niin asiantuntevia jälleenmyyjiä kuin mielenkiintoisia tapahtumia. Eri tuottajien tarjoamien tuotteiden ja raaka-aineiden tulee olla monipuolisia ja niiden hinta-laatu-suhteen järkevä. On panostettava asiakaslähtöisyyteen ja asiakaspalvelun tärkeyteen. Etenkin markkinoinnin,

niin yrityksen sisällä kuin ulkopuolella tulee olla kaikille ikäryhmille näkyvää ja yritykselle voittoa tuottavaa.

Tilan tulee olla mahdollisimman monipuolinen, jotta tilavuokra saadaan käytettyä kustannustehokkaasti. Rakennuksen tarjoamat puitteet mahdollistavat tilan vähäisen muokkaamisen. Tavoitteena onkin luoda rakennuksen patinaa ja olemassa olevia elementtejä hyödyntäen mahdollisimman elämyksellinen tilakokonaisuus.

## 7.4

### Ympäristötavoitteet

Konseptin tarkoituksena on tuoda esiin myynnissä olevien tuotteiden läpinäkyvä tuotantoketju, paikallisuus ja ekologisuus. Tavoitteena on korostaa brändin ideologiaa valitsemalla tilaan laadukkaita ja pitkäkestoisia materiaaleja ja kalusteita. Suunnitelmassa käytetään mahdollisimman paljon suomalaista muotoilua sekä ekologistia materiaaleja osana sisustuskokonaisuutta. Suunnittelun lähtökohtana on ennen kaikkea säilyttää mahdollisimman paljon vanhaa ja olemassaolevaa sekä sisustaa tilaa harkiten ja liioittelematta.

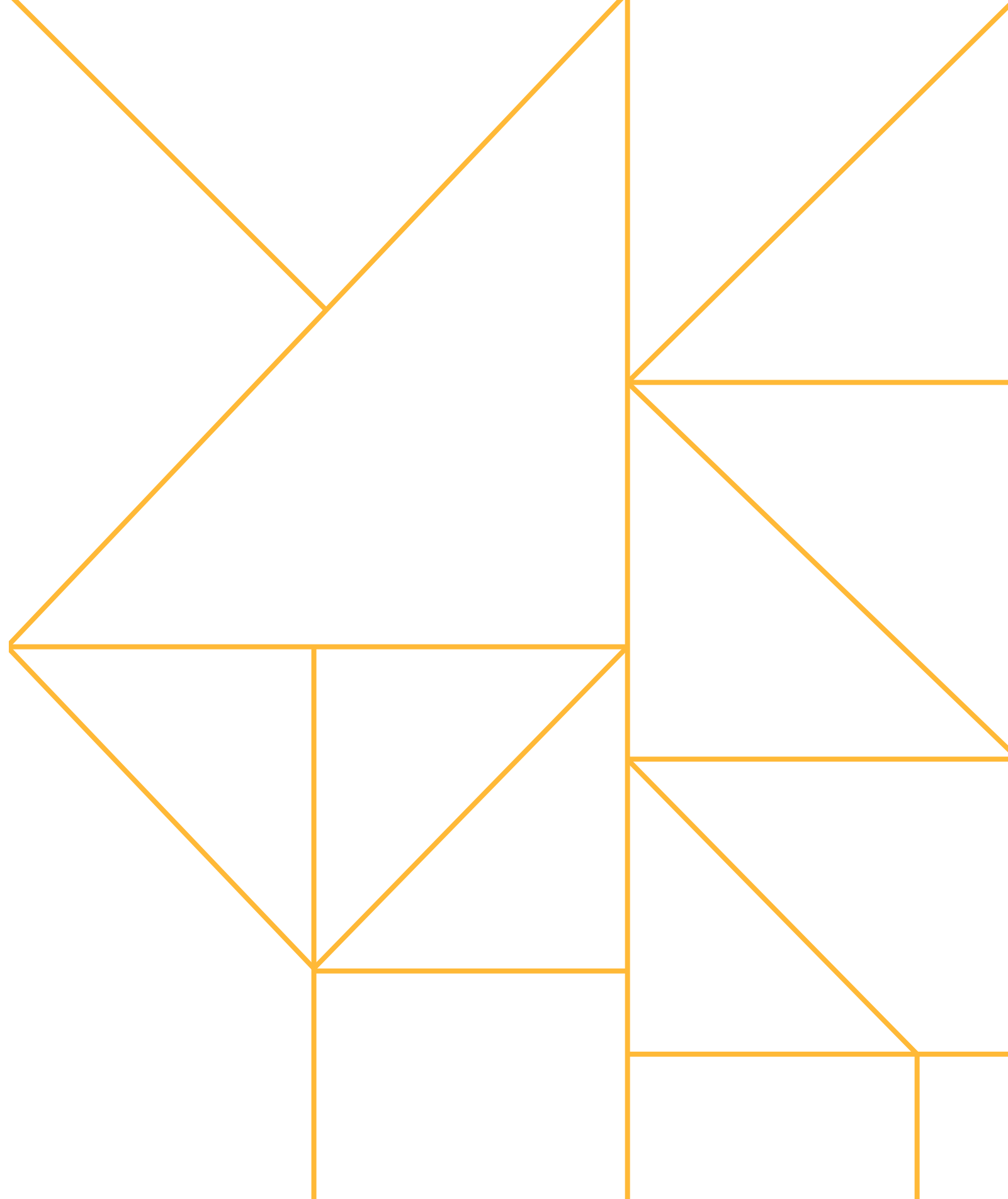


## 7.5 Rajaus

Työssä keskitytään tilasuunnitelmaan, jossa pyritään esittämään tila mahdollisimman muuntojoustavana ja elämyksellisenä. Tavoitteena ei ole tehdä detaljitarkkaa tilakokonaisuutta vaan esittää suunnitelma konseptuaalisella tasolla. Myös liiketoimintakonsepti esitetään vain viittellisesti selkeyttämään tilakonseptia.

Tilasuunnitelmassa keskitytään lähinnä asiakastiloihin. Tekniset, varasto-, sekä sosiaalitilat on rajattu suunnitelman ulkopuolelle. Tilojen sijoittuminen esitellään kuitenkin pohjasuunnitelmassa, jotta kokonaisuudesta ja toiminnallisuudesta saa mahdollisimman

selkeän kuvan. Koska kyseessä on konseptisuunnitelma käsitellään työssä vain viitteellisesti valaistusta, akustiikkaa, materiaaleja ja kalusteita. Valmis tilasuunnitelma esitetään pohjapiirrustusten, leikkauskuvien ja 3D-visualisointien avulla.





8

Suunnitteluprosessi

# 8.1

## Liiketoimintakonsepti

### Luomu- ja lähiruokaa tarjoava Tuoretori

Konseptin tarkoituksena on soveltaa nykyos-  
toskeskuksissa tyypillistä ravintolamallia, jos-  
sa useampi toimija käyttää samoja tilaresurs-  
seja. Tällaista ravintolamaailmaa kutsutaan  
myös nimellä *food court* (RT 94-11164). Tuore-  
tori tuo Päijät-Hämeen lähiruoka- ja luomu-  
tuottajat yhteen, jolloin asiakas löytää kaiken  
tarvitsemansa yhdestä paikasta. Liiketoiminta  
perustuu hyvään ja asiantuntevaan palveluun  
sekä tuoreeseen ja laadukkaaseen ruokaan ja  
juomaan.

Kehittelemäni Tuoretori -konseptin ajatuk-  
sena on, että asiakas voi ostaa tarvitsemansa  
tuotteet tuoretorilta ja nauttia niistä joko pai-  
kanpäällä tai kotona. Asiakas voi esimerkiksi  
ostaa tuoreita vihanneksia ja lähitilan juus-

toa torilta, tilata lasillisen viiniä viinibaaris-  
ta ja nauttia ostoksistaan mukavilla sohvilla  
loungen puolella.

Tuoretori on monipuolinen vapaa-ajanvietto-  
tila, joka muuntuu moneen eri käyttötarkoi-  
tukseen vuorokaudenajan ja käyttötarpeen  
mukaan. Tuoretorille voi tulla ruokaostoksil-  
le, kahville, lasilliselle, lounaalle, brunssille,  
kuuntelemaan konserttia tai osallistua vaikka  
viininmaistelukurssille. Asiakkaat saattavat  
valita Tuoretorin vastuullisista, laatu-  
peräisistä tai tarjonnallisista syistä. Ajatuksena on  
kuitenkin, että mahdollisimman moni pitää  
Tuoretorin palveluja itselleen tarpeellisena  
ja kiinnostavana. Kohderyhmänä ovat kaiken  
ikäiset, kulttuurista kiinnostuneet paikalliset  
sekä turistit, jotka tahtovat ostoksiltaan uusia  
elämyksiä ja rahoilleen enemmän vastinetta.

Päivisin Tuoretorilla voi käydä kahvilla, lou-  
naalla tai ruokaostoksilla. Iltaisin asiakkaat  
käyvät maistelemassa paikallisia oluita ja luo-  
muviinejä. Tiloissa järjestetään silloin tällöin  
erilaisia tapahtumia ja keikkoja. Viikonloppui-  
sin nautitaan puolestaan lähituottajien val-  
mistamasta brunssista.

Malski sijaitsee aivan ydinkeskustan tuntu-  
massa, ja paikalle on helppo saapua jalan,  
julkisella kulkuneuvolla tai omalla autolla.  
Malskin ympäristössä on paljon asukkaita, ja  
jo pelkästään Malskin korttelissa asuu 2000  
lahtelaista. Alueella ei ole juurikaan kahviloita,  
ravintoloita tai ruokakauppoja, joten kysyntää  
varmasti riittää.

Konsepti on ainoa laatuaan Suomessa, ja Tuo-  
reteri toisi kiinnostuneita asiakkaita ulkopai-

kakunnilta ja ulkomailta asti. Vaikka Lahden  
seudulla toimivia lähi- ja luomuruokayrittäjiä  
löytyy jo, konsepti on niin ainutlaatuinen, ettei  
sitä voi verrata olemassaoleviin lähi- ja luo-  
muokakauppoihin tai -kahviloihin.

Tuoretori on ilmapiiriltään ennen kaikkea  
rento ja helposti lähestyttävä. Asiakkaat tu-  
levat tilaan rentoutumaan ja seurustelemaan.  
Konsepti korostaa tarjolla olevien tuotteiden  
ja palvelun laatua ja läpinäkyvyyttä. Elämyk-  
sellisyys ja asiakaslähtöisyys ovat konseptin  
kulmakiviä. Päämääränä on houkutella asi-  
akkaita tilan elämyksellisyydellä, konseptin  
ainutlaatuisuudella ja palvelun monipuolisuu-  
della.



TUORETORIN PALVELUT  
VUOROKAUDEN AJAN MUKAAN





## 8.2 Kilpailijat Lahdessa

### Lahden kauppahalli

+

Keskeinen sijainti

Historiallinen rakennus

Asiantunteva palvelu

Tuoreet ja laadukkaat raaka-aineet

Kahvila ja lounaspaikka

Kunnostettu viime aikoina

—

Suppeat aukioloajat

Ahdas ja matala tila

Huomaamaton sisäänkäynti

Huono akustiikka

Kahviloiden persoonaton sisustus

Yhtenäisyyden puute

Suppea asiakaskunta (pääosin eläkeläisiä)

Vain muutama tuottaja  
→ suppea valikoima

Tilassa ei juuri lainkaan luonnonvaloa





## Lahden kauppatori

+

Keskeinen sijainti

Uusi toriparkki ja tori 2015

Paljon eri tuottajia  
→ laaja valikoima

Asiantunteva palvelu

Tuoreet ja laadukkaat raaka-aineet

Mahdollisuus järjestää tapahtumia

—

Sään armoilla

Toripäivä vain kerran kuukaudessa  
→ muulloin hiljaista

Suppeat aukioloajat

Suppea asiakaskunta (pääosin eläkeläisiä)

Kahvilakojut epäesteettisiä (muovituolit jne.)

Joukossa tuontitavarakojuja  
→ laskevat torin imagoa





## Benjamin lihatori, Lahti

+

Keskeinen sijainti

Monipuolisesti eri tuotteita

Arvostettu brändi

Lähiruokaa

Ainoa laatuaan Lahdessa

—

Liike piilossa ja vaikea löytää

Ei juuri markkinoi itseään

Suppeat aukioloajat

Pieni liike

Persoonaton sisustus ja esillepanot

Ei kahvilaa

Suppea asiakaskunta





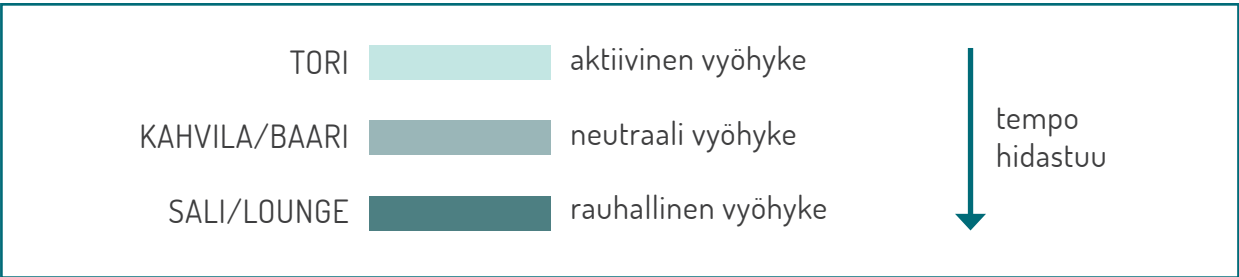
# 8.3 Tilaohjelma

Aloitin tilan suunnittelemisen tekemällä luetelon tarvittavista toiminnoista ja palveluista. Huomasin pian tehneeni selkeän vyöhykejaottelun tilan eri toimintojen välille. Toiminnot jakautuvat kolmeen eri vyöhykkeeseen, joihin kuuluvat aktiivinen torivyöhyke, neutraali kahvila-/baarivyöhyke sekä rauhallinen sali-/loungevyöhyke. Siirryttäessä torivyöhykkeeltä kohti sali-/loungevyöhykettä asiakaskierron tempo hidastuu.

Torialueella tuotteet ovat esillä modulaarisissa ja ilmeeltään yhtenäisissä myymäläkalusteissa, joiden tulee olla helposti siirreltäviä muuntojoustavuuden takaamiseksi. Myyntipisteissä ei tarvita viemärointiä, joka mahdollistaa tiskikalusteiden liikuteltavuuden esimerkiksi pyörien avulla. Kalusteiden tulee olla helppokäyttöisiä, toimivia ja liikeideaa tukevia. Kaikissa osa-alueissa tulee ottaa huomioon selkeys ja esillepanojen houkuttelevuus.

Kahvila-/baarialueen tiskit ovat kiinteitä ja vyöhykkeellä toimii viini-/olutbaari/kahvila, leipomopuoti sekä lounaspaikka. Vyöhykkeen sijoittelussa tulee ottaa huomioon kellarin sijainti, josta tullaan tekemään tilan viemäriverdot. Tiskikalusteiden tulee olla houkuttelevia ja mahdollisimman avoimia, jotta ne eivät peitä liikaa näkyvyyttä.

Sali-/loungalueelle asiakkaat tulevat rentoutumaan ja nauttimaan ostoksistaan. Vyöhykkeen kalustamisessa tulee huomioda niin nopeat kuin hitaat asiakkaat sijoittamalla tilaan erilaisia sohva- ja pöytäryhmiä. Tilan tunnelma on rauhallinen ja sisustuksen tulee tukea asiakkaiden viihtyvyyttä, mukavuutta ja elämyksellisyyttä. Kalustevalintojen tulee pohjautua konseptin lähituotantoa ja ekologisuu- ta tukevaan liikeideaan. Muunneltavuuden kannalta on hyvä käyttää helposti siirreltäviä ja kevyitä kalusteita.

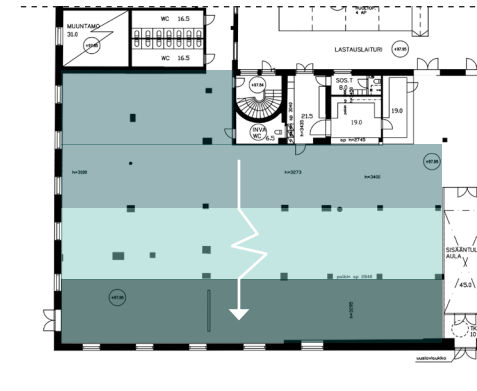


VYÖHYKE	VARUSTELU	TAVOITELTU VAIKUTELMA	KEINOT
TORI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• esillepanokalusteet <ul style="list-style-type: none"> <li>- hyllyt</li> <li>- saarekkeet</li> </ul> </li> <li>• kassa/tiskikalusto</li> <li>• infografiikka</li> <li>• mainosgrafiikka</li> <li>• rekvisiitta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• muuntojoustavuus</li> <li>• toimivuus</li> <li>• yhtenäisyys</li> <li>• ekologisuus</li> <li>• läpinäkyvyys</li> <li>• palvelukeskeisyys</li> <li>• informatiivisuus</li> <li>• monipuolisuus</li> <li>• houkuttelevuus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• modulikalusteet</li> <li>• yhtenäinen sisustus</li> <li>• ekologiset materiaalit</li> <li>• näyttävät esillepanot</li> <li>• brändin näkyvyys</li> <li>• selkeät opasteet</li> <li>• runsas tarjonta <ul style="list-style-type: none"> <li>- liha/kala</li> <li>- vihannes</li> <li>- vilja</li> </ul> </li> </ul>
KAHVILA/BAARI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kiinteä tiskikalusto</li> <li>• kassajärjestelmä</li> <li>• minikeittiö</li> <li>• infografiikka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tilan tehokkuus</li> <li>• palvelukeskeisyys</li> <li>• houkuttelevuus</li> <li>• monipuolisuus</li> <li>• rentous</li> <li>• elämyksellisyys</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• harkitut neliömäärät</li> <li>• toimintojen sijoittelu</li> <li>• aistit huomioitu</li> <li>• avoimet myyntitiskit</li> <li>• näyttävät esillepanot</li> <li>• kahvila</li> <li>• viini-/olutbaari</li> <li>• leipomopuoti</li> <li>• lounaspaikka</li> </ul>
SALI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liikuteltavat kalusteet</li> <li>• erilaiset istumamahdollisuudet <ul style="list-style-type: none"> <li>- nopea</li> <li>- hidas</li> </ul> </li> <li>• rekvisiitta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• muuntojoustavuus</li> <li>• rentous</li> <li>• mukavuus</li> <li>• tunnelmallisuus</li> <li>• elämyksellisyys</li> <li>• monipuolisuus</li> <li>• houkuttelevuus</li> <li>• ekologisuus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kevyet kalusteet</li> <li>• baaripöydät</li> <li>• pöytäryhmät</li> <li>• sohvaryhmät</li> <li>• ekologiset kalusteet</li> <li>• viherkasvit</li> <li>• himmenevä valaistus</li> <li>• historia esillä</li> </ul>

Tilan jakaminen kolmeen eri vyöhykkeeseen selkeytti huomattavasti ajatuksiani siitä, millainen pohjaratkaisu voisi toimia parhaiten kyseisessä konseptissa. Luonnostelin monta erilaista vyöhykemallia, joissa kokeilin tilan eri mahdollisuuksia vaihtelemalla vyöhykkeiden paikkoja keskenään. Tavoitteena oli saada tilasta mahdollisimman toimiva sekä asiakkaille että henkilökunnalle.

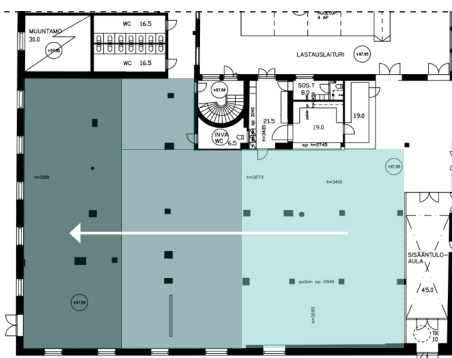
Koin toimivimmaksi mallin, jossa neutraali vyöhyke sijoittuu aktiivisen ja rauhallisen vyöhykkeen väliin. Monien kokeilujen jälkeen valitsin kaksi mielestäni parasta vaihtoehtoa, vyöhykemalli A:n ja vyöhykemalli E:n. Molemmilla malleilla asiakaskierron tempo hidastuu loogisesti ja vyöhykkeiden sijainti suhteessa muihin rakennuksen tiloihin on käytännön kannalta toimivin.

## VYÖHYKEMALLI C



- + selkeät vyöhykkeet
- + kaikki vyöhykkeet näkyvät sisääntuloaulasta
- + tori kaiken keskiössä
- + kahvilat/baari houkuttelemassa asiakkaita
- vyöhykkeiden tempo ei hidastu loogisesti
- aktiivinen ja rauhallinen vyöhyke vierekkäin
- iltaikäytössä tilan rajaaminen hankalaa
- kahvilasta/baarista pitkä matka saliin
- torin lastaus kahvilatilan läpi
- wc-tilat kaukana salista

## VYÖHYKEMALLI A



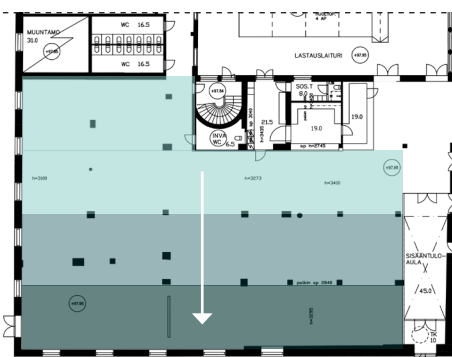
- + selkeät vyöhykkeet
- + tempo hidastuu loogisesti
- + tori kaikkien nähtävissä
- + neutraali vyöhyke rajaamassa toria ja salia
- + lastauslaiturin läheisyys
- + kahvilaan/baariin kuljettava torin kautta
- + iltaikäytössä mahdollisuus käyttää molempia ovia
- salista ei juuri näkymää pääkadulle

## VYÖHYKEMALLI D



- + tori kaikkien nähtävissä
- + lastauslaiturin läheisyys
- + kahvilaan/baariin kuljettava torin kautta
- + iltaikäytössä mahdollisuus käyttää molempia ovia
- + rauhallinen vyöhyke paraatipaikalla
- kahvila/baari syrjässä
- aktiivinen ja rauhallinen vyöhyke vierekkäin

## VYÖHYKEMALLI B



- + selkeät vyöhykkeet
- + tempo hidastuu loogisesti
- + tori kaikkien nähtävissä
- + neutraali vyöhyke rajaamassa toria ja salia
- + lastauslaiturin läheisyys
- + kahvilaan/baariin kuljettava torin kautta
- + iltaikäytössä mahdollisuus käyttää molempia ovia
- + kaikki vyöhykkeet näkyvät sisääntuloaulasta
- tori sijoittuu pääosin vasempaan ylänurkkaan
- wc-tilat kaukana salista

## VYÖHYKEMALLI E



- + tempo hidastuu loogisesti
- + tori kaikkien nähtävissä
- + neutraali vyöhyke rajaamassa toria ja salia
- + lastauslaiturin läheisyys
- + kahvilaan/baariin kuljettava torin kautta
- + iltaikäytössä mahdollisuus käyttää molempia ovia
- + rauhallinen vyöhyke paraatipaikalla



Tilan toimintojen sijoittelu

Aloitin tilan eri toimintojen massoittelun kahden aiemmin valitsemani vyöhykemallin pohjalta. Tein molempien vaihtoehtojen pohjalta yhteensä viisi erilaista muunnelmaa, joiden kautta pohdin toimintojen sijaintia suhteessa toisiinsa ja olemassaolevaan tilaan. Massoiteltuani tilan eri toiminnot karkeasti paikoilleen oli lopullisen pohjakuvan jalostaminen huomattavasti helpompaa.

Päätin karsia tilasta kaiken ylimääräisen ja säilyttää lähinnä kantavat pilarit, palkit sekä alkuperäisen lasitiiliseinän. Muun tilan halusin olevan mahdollisimman avoin ja esteetön, jotta koko tilan voisi hahmottaa yhdellä silmäyksellä. Koin että toisen sisäänkäynnin tekeminen Mallaskadun ja Päijänteenkadun kulmaan olisi sali- ja loungealueelle eduksi. Malskin pääsisäänkäynti toimisi kuitenkin edelleen Tuoretorin ensisijaisena sisäänkäyntinä läpikulun kontrolloimiseksi. Asiakaskulku kulmavestasta olisi tarkoitettu ainoastaan kahvila- ja iltakäyttöön.

Keittiön ja hygieniatilojen paikka määräytyi kellarikerroksen sijainnin perusteella. Myös lastauslaiturin läheisyys oli yksi kriteeri valittaessa keittiölle sopivinta paikkaa. Lopullinen päätös toimintojen sijainnista syntyi ohjaajien ja toimeksiantajien kanssa tehtyjen keskus-

telujen pohjalta. Päätimme esimerkiksi jättää vaatesäilytyksen pois alueelta, sillä Malskiin on tulossa koko keskuksen asiakkaille tarkoitettu vaatepiste. Myös valmistuskeittiön tarvetta pohdittiin, sillä Tuoretori -konseptissa ei ole a la carte -ravintolaa. Keittiö päätettiin kuitenkin säilyttää sen yhteydessä olevan aulakahvilan vuoksi. Tarvittaessa myös Tuoretorin yrittäjät voivat käyttää keittiötä ruoan valmistuksessa ja lämmityksessä.

Toimintomalli E3 valikoitui sekä itseni että toimeksiantajan mielestä parhaaksi. Tässä mallissa keittiö- ja varastotilat sijaitsevat lastauslaiturin yhteydessä. Keittiön sijainti on keskeinen, ja yhteyteen on jätetty tilat varastolle sekä henkilökunnan wc:lle. Isommat varastotilat ja sosiaalitilat on sijoitettu kellarisiin, jonne pääsee joko vanhoja kierreportaita pitkin tai hissillä. Asiakkaiden hygieniatilat on sijoitettu muuntamon viereen muusta tilasta etäämmälle. Hygieniatiloihin ei tulisi olla suoraa näköyhteyttä asiakastiloista, joten wc:n ovien paikka ja mahdollinen väliseinäratkaisu on mietittävä tarkoin.

- TORI
- KAHVILA/BAARI
- SALI/LOUNGE
- sisäänkäynti
- keittiö
- hygieniatilat

TOIMINTOMALLI A1



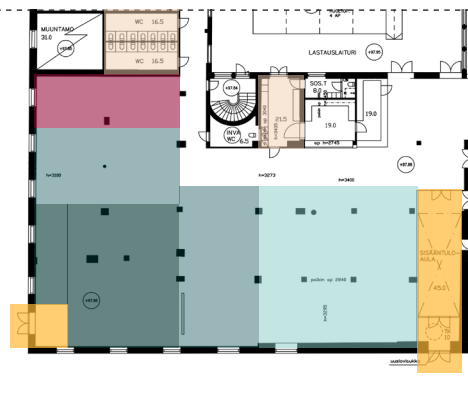
- + keittiötilat yhteydessä lastauslaituriin
- + keittiö keskeisellä paikalla
- + toimii hyvin myös iltakäytössä
- keittiöstä kantautuu ääniä

TOIMINTOMALLI A2



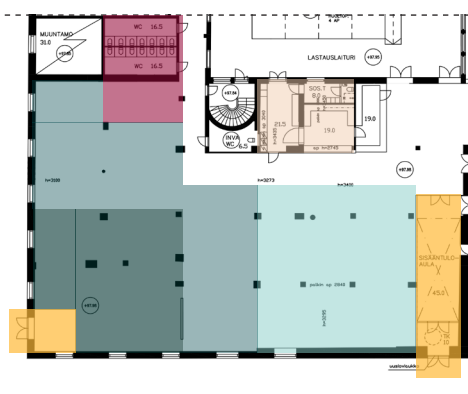
- + kaksi wc:tä
- + keittiön äänet eivät häiritse
- + toimii hyvin myös iltakäytössä
- keittiö ei yhteydessä lastauslaituriin
- keittiön etäisyys ravintola- ja torialueesta

## TOIMINTOMALLI E1



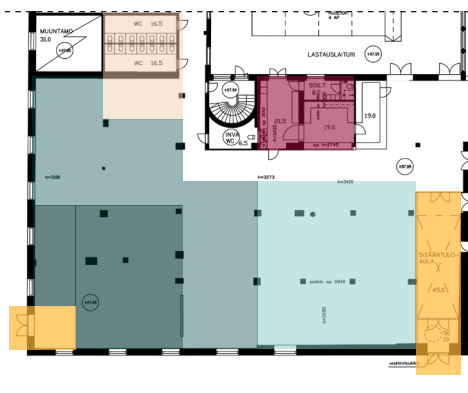
- + kaksi wc:tä
- + keittiön äänet eivät häiritse
- + toimii hyvin myös iltakäytössä
- + sali/lounge paraatipaikalla
- keittiö ei yhteydessä lastauslaituriin
- hajanainen kahvila-/baarialue
- keittiön etäisyys ravintola- ja tori-alueesta

## TOIMINTOMALLI E2

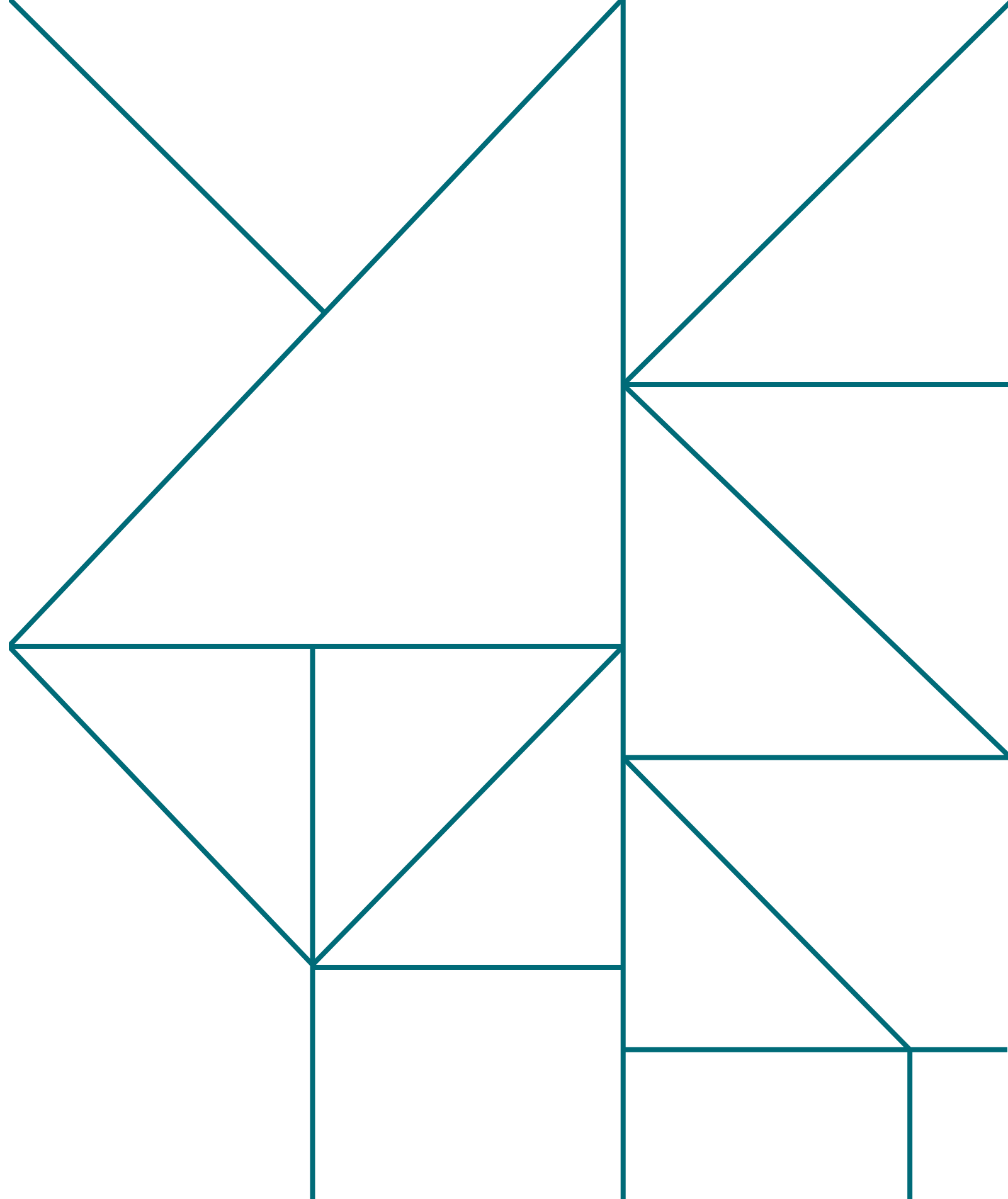


- + keittiön äänet eivät häiritse
- + toimii hyvin myös iltakäytössä
- + sali/lounge paraatipaikalla
- wc-tilat keskeisellä paikalla
- keittiö ei yhteydessä lastauslaituriin
- hajanainen kahvila-/baarialue
- keittiön etäisyys ravintola- ja tori-alueesta

## TOIMINTOMALLI E3



- + keittiötilat yhteydessä lastauslaituriin
- + keittiö keskeisellä paikalla
- + toimii hyvin myös iltakäytössä
- + sali/lounge paraatipaikalla
- hajanainen kahvila-/baarialue

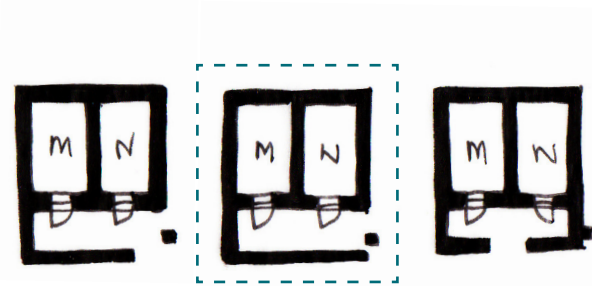


## Lopullisen pohjasuunnitelman aloitus

Aloitin lopullisen pohjasuunnitelman luonnostelemisen käyttämällä apunani valitsemaani toimintomallia. Kaikki tilassa olevat kevytrakenteiset väliseinät puretaan, ja paikoilleen jäävät ainoastaan kantavat pilarit ja palkisto sekä alkuperäinen lasitiiliseinä. Sisäpihan puolelle keittiötilojen ja asiakas wc:n yhteyteen rakennetaan uudet väliseinät.

Rajasin työni ulkopuolelle kellariin sijoittuvat sosiaalitilat ja varastot sekä katutasoon sijoittuvat asiakas wc:t, keittiötilat ja keittiötilojen yhteyteen tulevan varaston ja aulakahvilan. Koin kuitenkin oleelliseksi esittää näiden tilojen sijoittumisen lopullisessa pohjakuvassa.

Keittiön läheisyyteen sijoittuu inva-wc, varasto, henkilökunnan wc sekä aulakahvila. Käytävän toiselle puolelle, muuntamon viereen tulevat asiakas wc:t. Hygieniatilojen ovien ei tulisi näkyä salin puolelle, eivätkä ne voi myöskään sijaita läpikulkukäytävän puolella, joka on koko Malskin yhteisessä käytössä. Niinpä päätin tehdä ylimääräisen väliseinän näköesteeksi hygieniatilojen ja salin välille. Luonnostelin erilaisia vaihtoehtoja, joista valitsin toimivimman ratkaisun sekä asiakaskierron, että tilan toiminnallisuuden kannalta. Valitsemassani luonnoksessa ongelmia tuotti kulkuväylän keskelle jäävä pilari, jonka päätin siirtää uuden väliseinän yhteyteen.

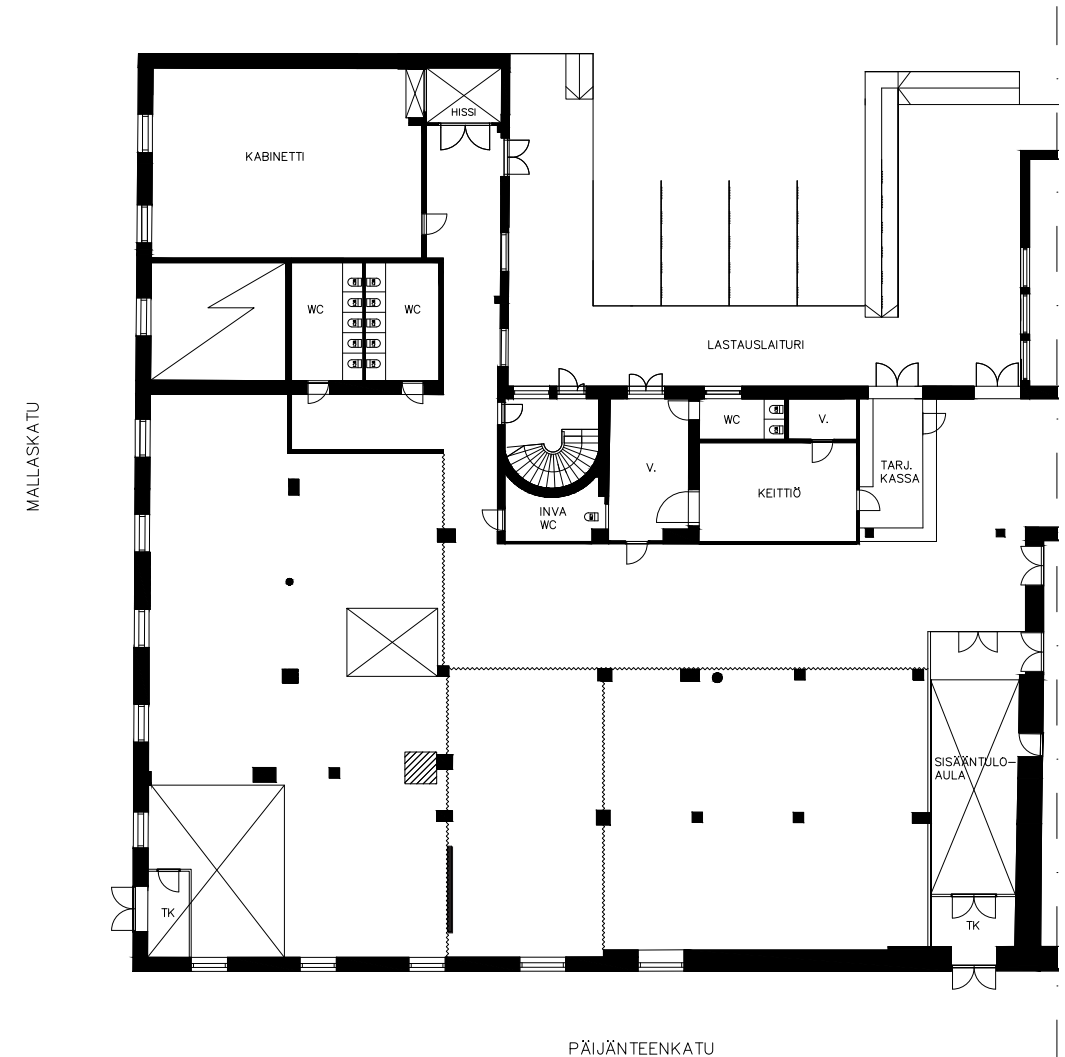


*Luonnoksia wc:n yhteyteen tulevasta väliseinästä*

Seuraavaksi pohdin välipohjan aukotuksia. Mallaskadun ja Päijänteenkadun kulmauksen avartaminen tuntui luontevalta ratkaisulta alueelle sijoittuvan sali- ja loungevyähykkeen takia. Niinpä päätin puhkaista välipohjaan tältä kohdalta noin 35 m<sup>2</sup>:n kokoisen aukon. Toisen aukotuksen, kooltaan 12 m<sup>2</sup>, sijoitin keskeiselle paikalle kahvila-/baarialueen ja sali-/loungealueen väliin.

Muita kiinteitä tilaratkaisuja ovat molempien sisäänkäyntien yhteyteen tulevat tuulikaapit. Molemmat ovat materiaaliltaan lasia, jotta tila pysyisi mahdollisimman avoimena ja uudet rakenteet erottuisivat selkeästi alkuperäisistä. Lasiseinien lisäksi tilaan tulee metalliverkosta koostuvat kevyet väliseinät, joilla voi tarvittaessa rajata vyöhykkeisiin pääsyä. Koska kyseessä on suuri tila, jossa hyvällä akustiikalla on merkittävä rooli, asennetaan koko tilan kattoon akustiikkapaneelit.

## POHJARATKAISU





Kalustepohjan luonnostelu

Määriteltyäni väliseinien ja aukotusten paikat aloin luonnostella tarkempaa kalustepohjaa. Käytin luonnostelun apuna tekemääni toimintomallia, jonka mukaan vain kahvila-/baarivyöhykkeen myyntitiskit ovat kiinteärakenteisia. Sekä torivyöhykkeen että sali-/loungesyöhykkeen kalusteiden tulee olla siirreltäviä tilan muuntojoustavuuden takaamiseksi. Tein valitsemani toimintomallin pohjalta lukuisia eri luonnoksia mahdollisesta kalustepohjasta. Lähtökohtana suunnittelulle oli tilan toimivuus, muunneltavuus, rajattavuus ja elämyksellisyys.

Päätin pitää torialueen esillepano- ja tiskikaluston yhtenäisenä käyttämällä vain yhtä tiskimallia ja kahta eri kokoista esillepanokalustetta, joista on mahdollista rakentaa erilaisia kokonaisuuksia. Jotta tilan hahmotettavuus ja selkeys säilyisi, kalusteet ovat pääosin matalia, ja ainoastaan seinänvierustoille ja tilaa jakamaan on sijoitettu korkeampia hyllyjä. Koska vyöhykkeen kaikki kalusteet ovat liikuteltavia, voidaan koko torin kalustejärjestystä muunnella tarpeen mukaan. Esittämäni pohjaratkaisut ovat siis vain esimerkki siitä, miten kalusteet voisivat tilaan sijoittua.

Kahvila-/baarivyöhykkeen kalusteet ovat kiinteitä, joten niiden sijoittelua tilaan oli mieltävä tarkkaan. Koska tilassa on suhteellisen paljon pilareita, päätin sijoittaa tiskit niiden läheisyyteen, jotta kulkuväylät pysyisivät mah-

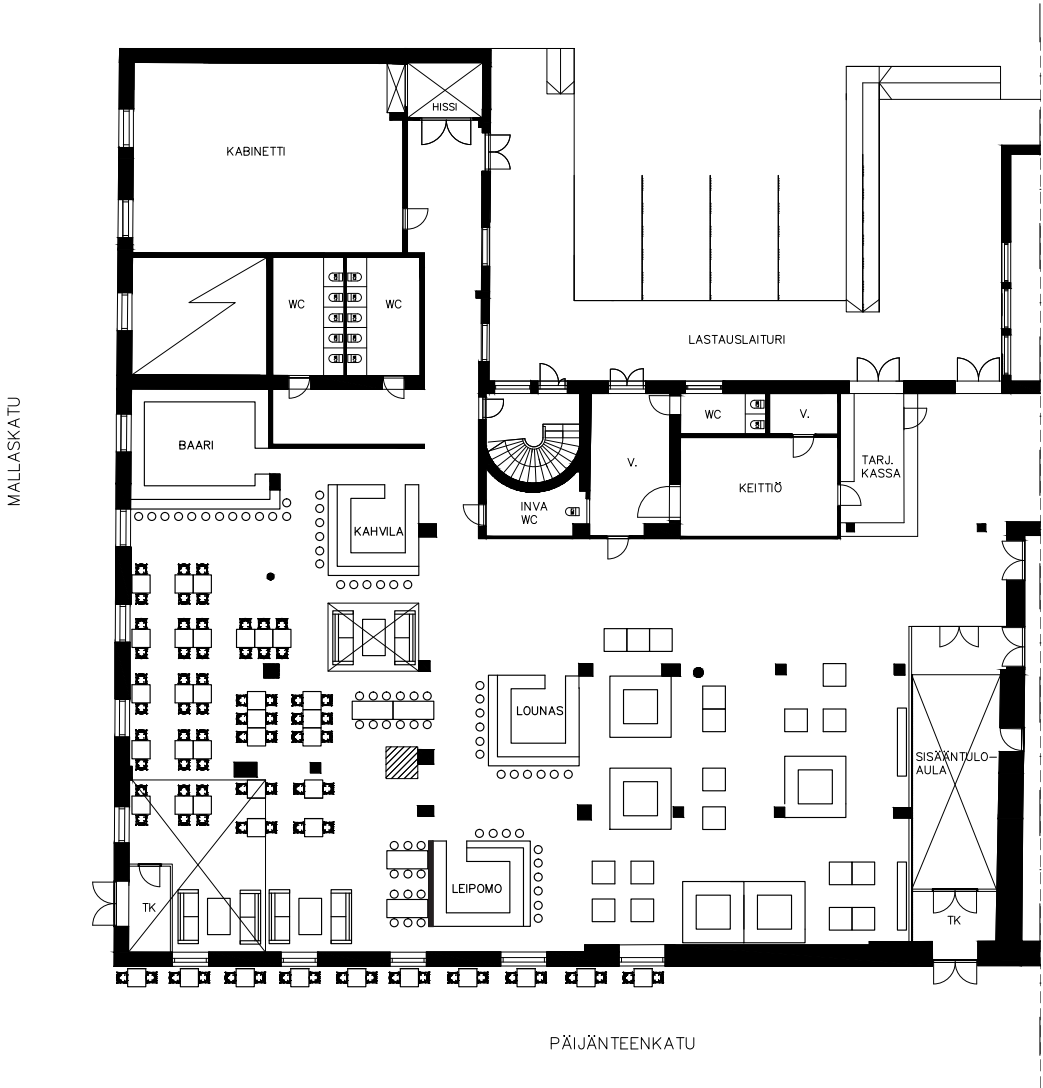
dollisimman avoimina. Kaikissa luonnoksissa baari ja kahvila on sijoitettu tilan vasempaan yläkulmaan. Tällöin on mahdollista rajata tila niin, että vain lounge, baari ja kahvila ovat avoinna asiakkaille. Sijoitin leipomopuodin alkuperäisen lasitiiliseinän yhteyteen. Nyt seinä toimii hyvin tilanjakajana ja näyttävänä taustaseinänä leipomotiskin yhteydessä. Lounaspaikka on sijoitettu lähimmäksi keittiötä, jotta ruoan lämmitys ja valmistus olisi mahdollisimman helppoa.

Sali-/loungesyöhykkeen tulee olla muunneltavissa eri käyttötarpeisiin. Oikeanlaiset kalustevalinnat ovat avainasemassa. Vyöhykkeen tulee palvella monipuolisesti eri asiakkaita, joten tilassa on käytetty erilaisia kalusteryhmiä. Perinteinen ruokailuryhmä koostuu 800 mm x 800 mm pöydästä ja siroista, pinottavista tuoleista. Pienet pöydät ovat kevyitä, ja niistä on helppo muodostaa eri kokoisia pöytäryhmiä. Tämän lisäksi vyöhykkeelle on valittu nopeita syöjiä varten korkeita pöytiä, joita on myös mahdollista yhdistellä haluamallaan tavalla. Pöytäryhmien lisäksi tilan paraatipaikoille on sijoitettu rentoja sohvaryhmiä.

Valitsin luonnoksista kolmannen vaihtoehdon, jossa yhdistin edeltävien luonnosten parhaat puolet. Valitussa suunnitelmassa olen yhdistänyt kahvilan ja baarin ja tehnyt erillisen viinihuoneen tiskin yhteyteen. Tiskikalustoa lukuunottamatta kaikki kalusteet ovat siirreltäviä, ja niiden järjestystä voi muunnella kulloiseenkin käyttöön sopivaksi.

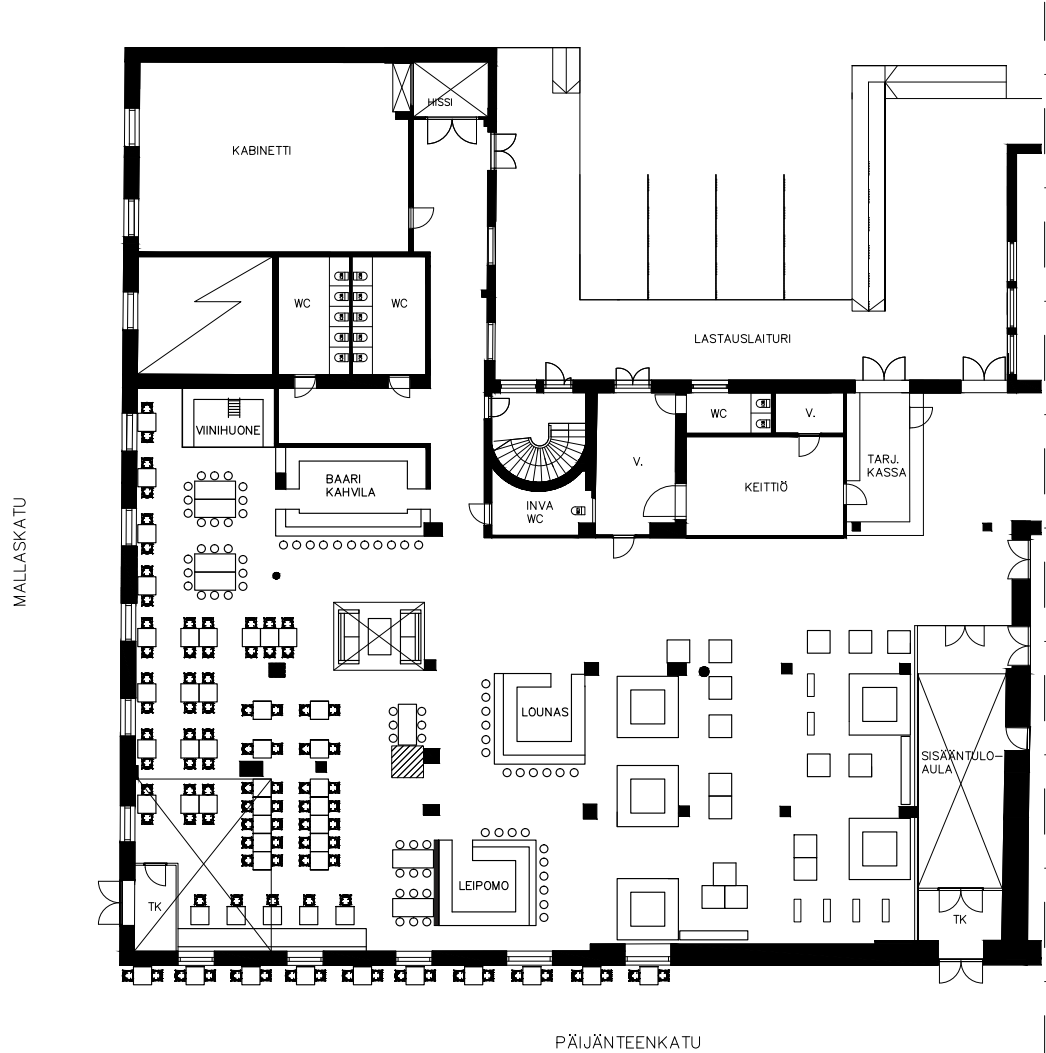
LUONNOS 1

Yht: 145 ap  
Sali: 98 ap  
Tiskit: 47 ap



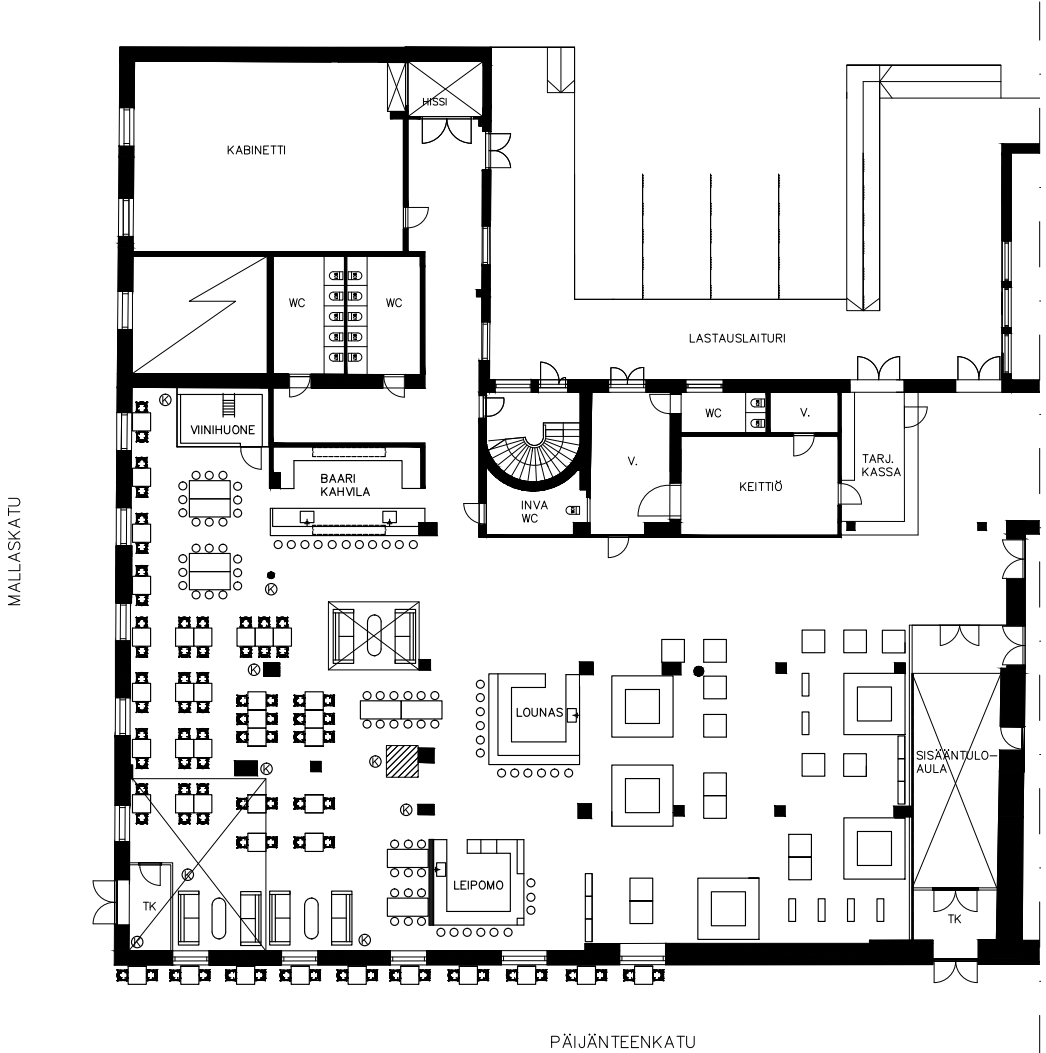
LUONNOS 2

Yht: 162 ap  
Sali: 129 ap  
Tiskit: 33 ap



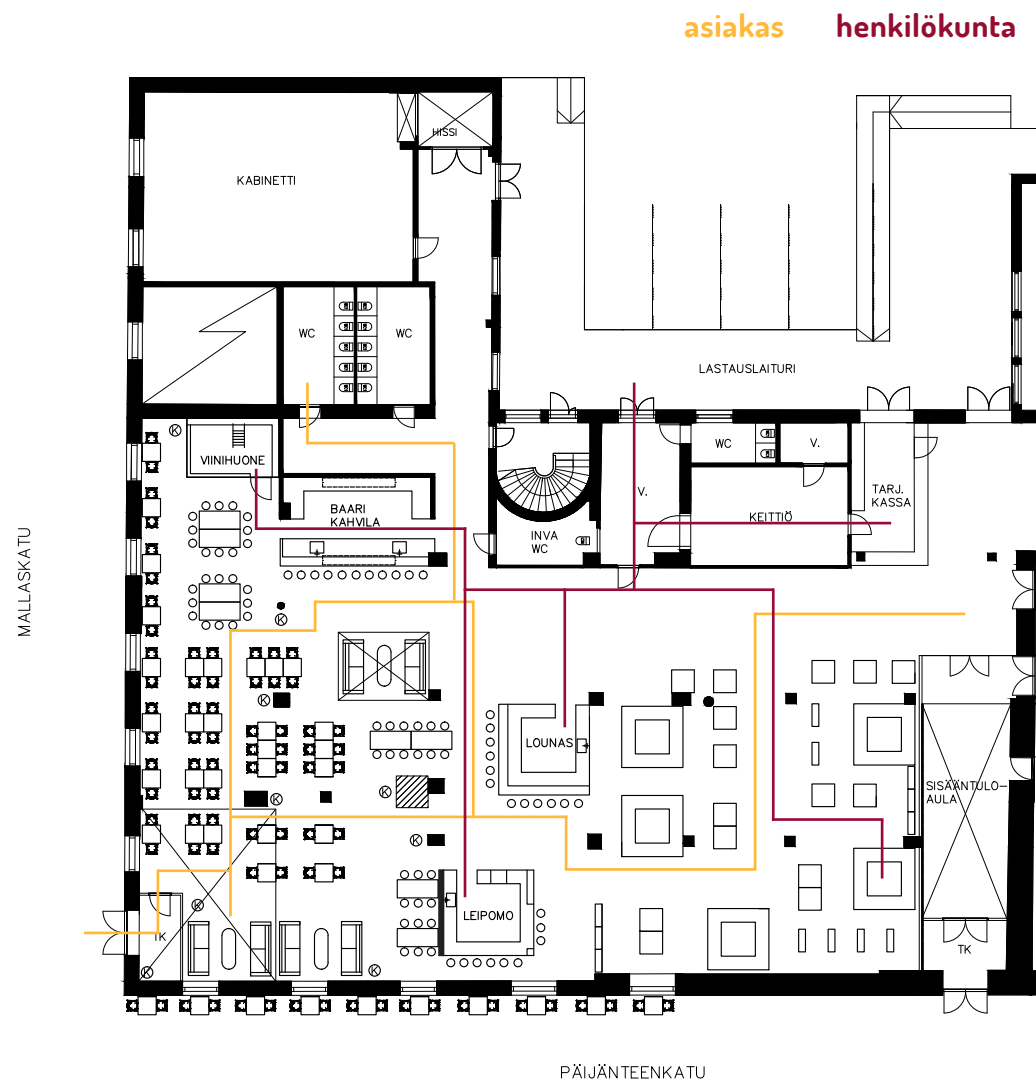
LUONNOS 3

Yht: 152 ap  
Sali: 120 ap  
Tiskit: 32 ap





## KULKUVIRRAT



## 8.4 Muunneltavuus

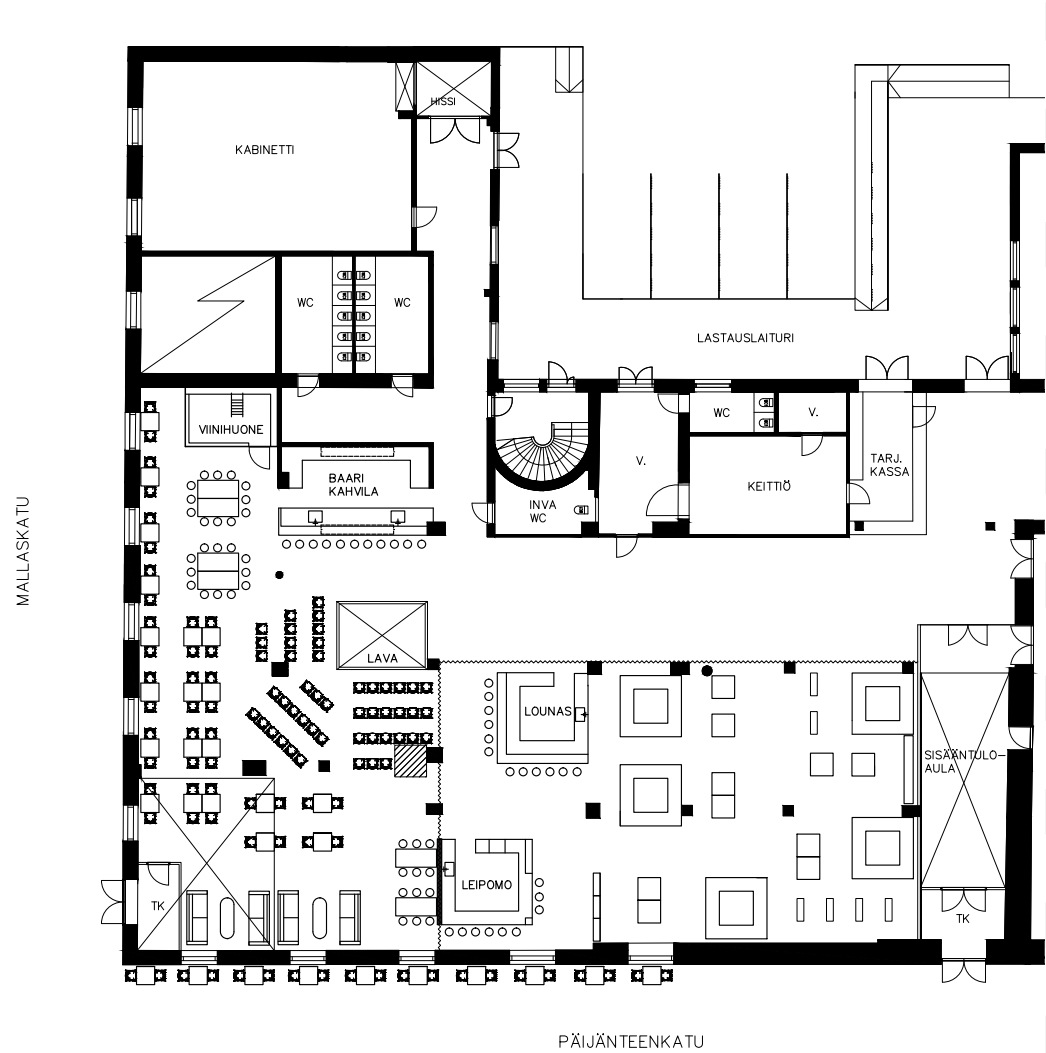
Yksi toimeksiantajan toiveista oli, että tila suunniteltaisiin mahdollisimman muuntojoustavaksi. Tilan tulisi olla muunneltavissa kulloiseenkin käyttötarpeeseen sopivaksi liikuteltavien ja modulaaristen kalusteiden avulla.

Olen pyrkinyt käyttämään tilassa mahdollisimman paljon helposti liikuteltavia kalusteita ja minimoimaan kiinteät tilaratkaisut. Kaikkitorialueen kalusteet ovat helposti siirrettäviä ja ilmeeltään yhtenäisiä. Näin mahdollistetaan tilan kausittainen uudelleenjärjestely sekä erilaisten tapahtumien järjestäminen tilassa. Myös koko sali-/loungesalue on helposti muunneltavissa, sillä kiintokalusteita ei ole käytetty lainkaan. Kalusteet ovat kevyitä ja yhtenäisiä, mikä mahdollistaa tilan uudelleenjärjestelyn eri tilaisuuksiin sopivaksi.

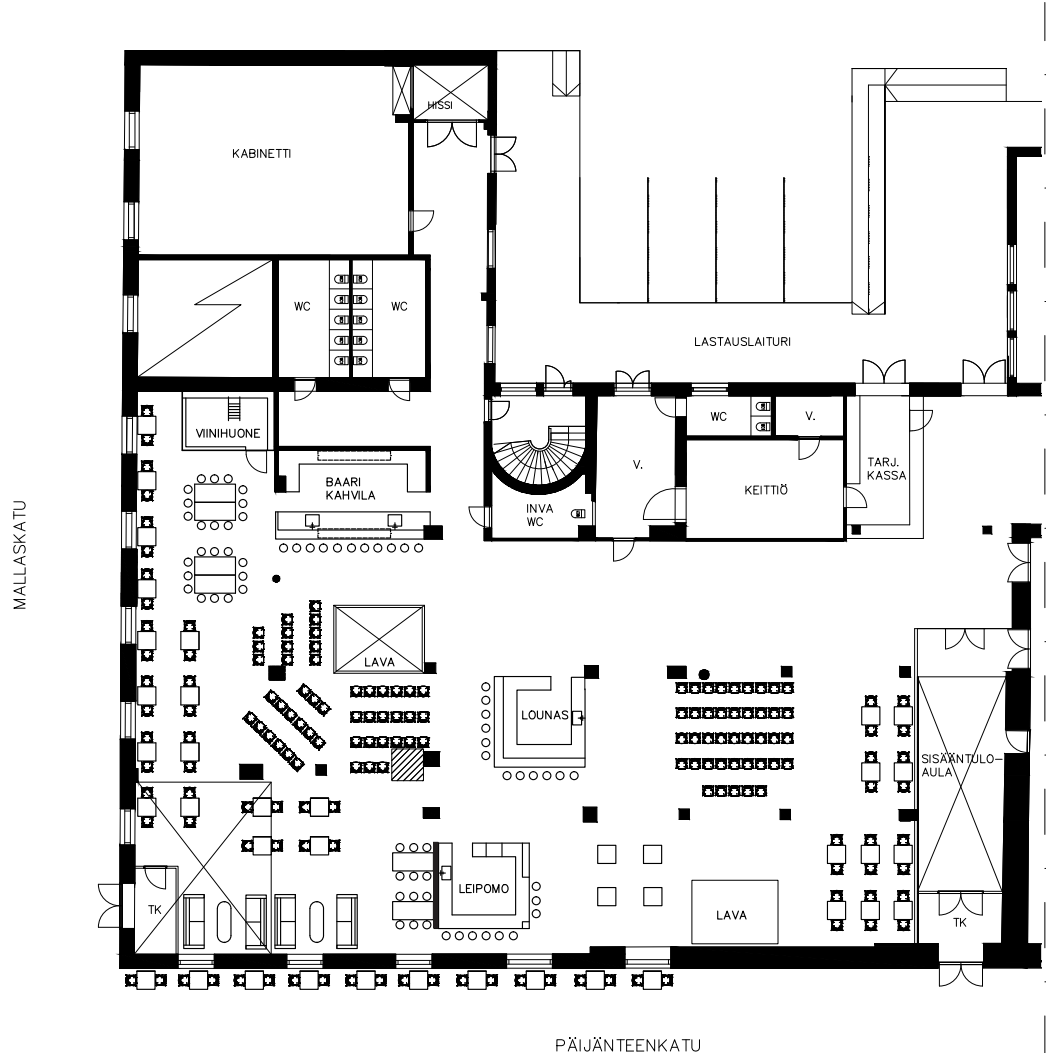
Jotta tilan tunnelma ja valaistus olisivat helposti muunneltavissa, asennetaan kattoon valaistuskiskojärjestelmä. Koko tilaan tarvitaan hyvä yleisvalo, kohdevalaisimia sekä tunnelmaa tuovia sisustusvalaisimia. Kaikki nämä asennetaan samaan kattokiskoon, joka muodostaa koko tilan kattavan verkoston. Vyöhykkeiden rajalla on tarvittaessa esiinvedettävät verkkoseinäkkeet, jolloin vain osa tilasta voidaan ottaa käyttöön. Esimerkiksi tuoretori voidaan iltakäytössä sulkea kokonaan verkkoseinän taakse.

Esitän seuraavalla aukeamalla esimerkkipohjat kalusteiden sijoittelusta sekä suur- ja pientapahtumassa että pientapahtumassa. Suur- ja pientapahtumassa käyttöön on otettu koko tila, kun taas pientapahtumassa käytössä on ainoastaan Tuoretorin vasen puoli.

PIENTAPAHTUMA



SUURTAPAHTUMA





## 8.5 Torialue

### Tyyli ja tunnelma

Torialue perustuu tyyliltään selkeään ja yhtenäiseen ilmeeseen. Tehdasrakennuksen alkuperäinen, industriaalinen ja urbaani tyyli säilytetään, ja sitä korostetaan luomalla kontrasteja alkuperäisten ja uusien elementtien välille. Torialueella korostetaan myynnissä olevia tuotteita houkuttelevilla ja persoonallisilla esillepanoilla. Myös kaikki aistit, hajusta näkö- ja tuntoaistiin tulee ottaa huomioon kokonaisvaltaisen ostokokemuksen takaamiseksi.

Jotta päähuomio kiinnittyisi itse tuotteisiin, tehdään myymäläympäristöstä mahdollisimman pelkistetty. Vyöhykkeen pelkistettyä ilmettä korostetaan funktionaalisilla ja graafisilla valinnoilla niin valaisimissa, kalusteissa kuin pintamateriaaleissa.

### Valaistus

Torialue toimii pääosin päiväsaikaan, jolloin tilaan tulvii päivänvaloa eteläpuoleisista ikkunoista. Vyöhykkeen kohdalla on kuitenkin suhteellisen vähän ikkunoita, joten keinovaistuksella on tärkeä rooli. Yleisvalaisimilla luodaan tilaan raikas tunnelma, joka korostaa tuotteiden tuoreutta ja laatua. Yleisvalaistuksen lisäksi tilaan asennetaan kohdevalaisimia lisäämään esillepanojen ja tiskikaluston tuotevalikoiman houkuttelevuutta.

Torialueen valaistuksen tulee olla myös kaustittain muunneltavissa, ja erilaisten tapahtumien järjestäminen tulee ottaa huomioon. Kattoon asennettavan kiskojärjestelmän ansiosta tilaan on helppo asentaa eri käyttötilanteisiin soveltuvia valaisimia. Lisäksi koko tilan valaistus on himmennettävissä eri tilanteisiin sopivaksi.



kuva 37: toby-scott.tumblr.com

kuva 39: breadandolives.tumblr.com



kuva 42: refinery29.com

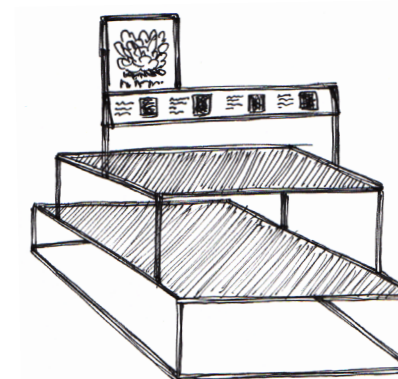
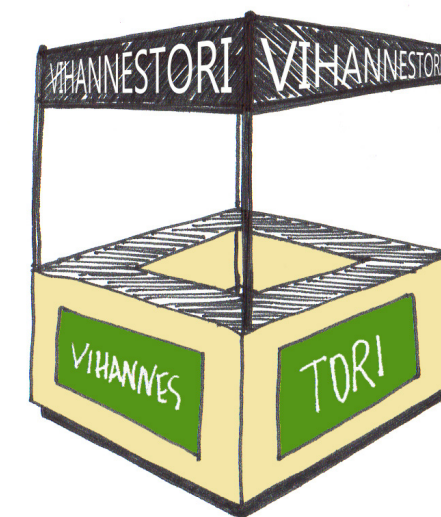


kuva 41: retaildesignblog.net



kuva 43: flickr.com





*Luonnoksia torialueen kalusteista.*

## Materiaalit ja kalusteet

Tilan alkuperäisen hengen säilyttämiseksi suurin osa tilan luonteelle ominaisista pintamateriaaleista säilytetään entisellään. Kaluste- ja pintamateriaaleissa käytetään mahdollisimman paljon paikallisia ja ekologisia vaihtoehtoja konseptin ideologiaa tukemaan. Kestävien ja helposti muunneltavien hankintojen ansiosta kausittaiset ja tilannekohtaiset kalustejärjestykset ovat helposti toteutettavissa.

Kaikki esillepanokalusteet ovat kevytrakenteisia ja muunneltavia. Kalustemoduleita yhdistelemällä saadaan rakennettua eri kokoisia ja eri tuotteille sopivia esillepanoja. Myös myyntitiskit ovat keskenään yhtenäisiä ja pyörillä liikuteltavia. Tiskikalustoon sovitetaan kylmätiskit kylmätavaroita varten, ja sähkövedot tehdään katon kautta. Kaikissa elementeissä korostetaan materiaalien, värin ja massojen kontrasteja. Kaluste- ja pintamateriaaleilla luodaan tilaan industriaalinen, rouhea ja skandinaavisen raikas ja pelkistetty yleisilme.







## 8.6 Kahvila-/ baarialue

### Tyyli ja tunnelma

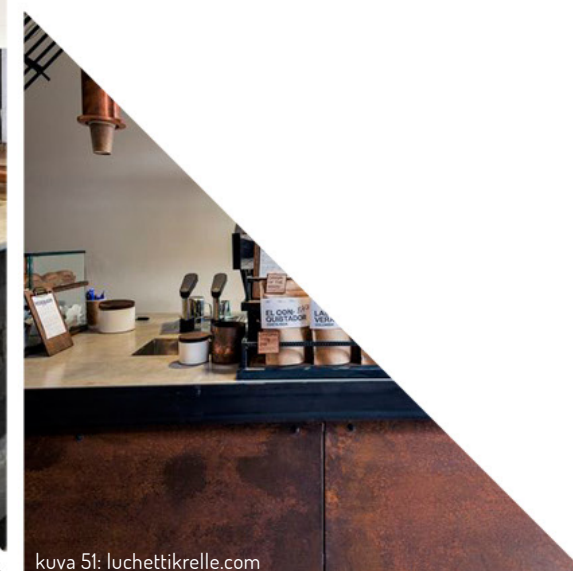
Myös kahvila- ja baarialue tukeutuu tyyliltään ja tunnelmaltaan rakennuksen identiteettiin. Elämyksellisyyttä ja houkuttelevuutta korostetaan yksilöllisillä tiskikalustoilla, jotka ovat räätälöity kuhunkin liiketoimintaan sopivaksi. Koska kyseessä on yhtenäinen ja avoin tila, on tiskikalustojen persoonallisesta ilmeestään huolimatta toimittava kokonaisuutena. Vyöhykkeessä yhdistetään industriaalinen ja urbaani tyyli klassiseen ja jopa hieman ylliseen tunnelmaan. Tilaan luodaan rento ja tunnelmallinen ilmapiiri, jota on helppo lähestyä.

Vyöhykkeen elämyksellisyyttä korostetaan eri aistikokemusten avulla. Juuri paistetun patongin tuoksua ja herkullisen näköisiä esillepanoja on vaikea vastustaa. Myös ystävällinen ja asiantunteva palvelu tekevät ostotilanteesta mieleenpainuvan kokemuksen, joka saa asiakkaat asioimaan uudelleen.

### Valaistus

Vyöhykkeeseen pääsee valoa sekä eteläntä lännenpuoleisista ikkunoista. Kahvila- ja baarialue on käytössä aamusta iltaan, joten eri tilanteisiin sopiville valaistusratkaisuille on tarvetta. Kattoon asennetaan koko vyöhykkeen kattava kiskojärjestelmä valaistuksen muuneltavuuden takaamiseksi.

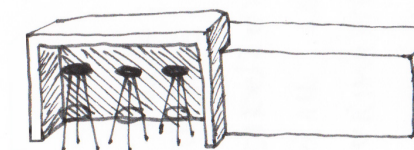
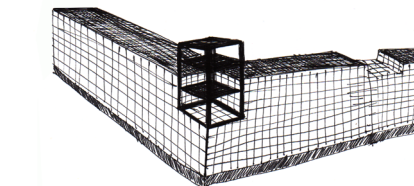
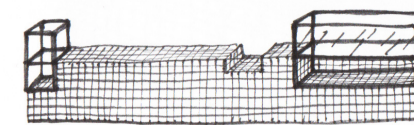
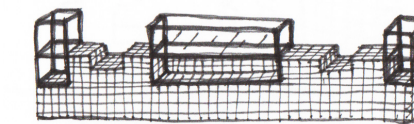
Kiskojärjestelmään asennetaan yleisvalaisimien lisäksi kohdevalaisimia korostamaan esillepanojen houkuttelevuutta. Lisäksi tiskien yhteyteen asennetaan tunnelmaa tuovia riippuvalaisimia ja led-valonauhoja, jotka korostavat persoonallista ja tyylikästä kokonaisuutta. Kaikki tilassa olevat valaisimet ovat himmennettäviä, jotta saadaan luotua erilaisia tunnelmia vuorokaudenajan ja käyttötarpeen mukaan.







Luonnoksia baari- ja kahvila-vyöhykkeen tiskikalustoista.



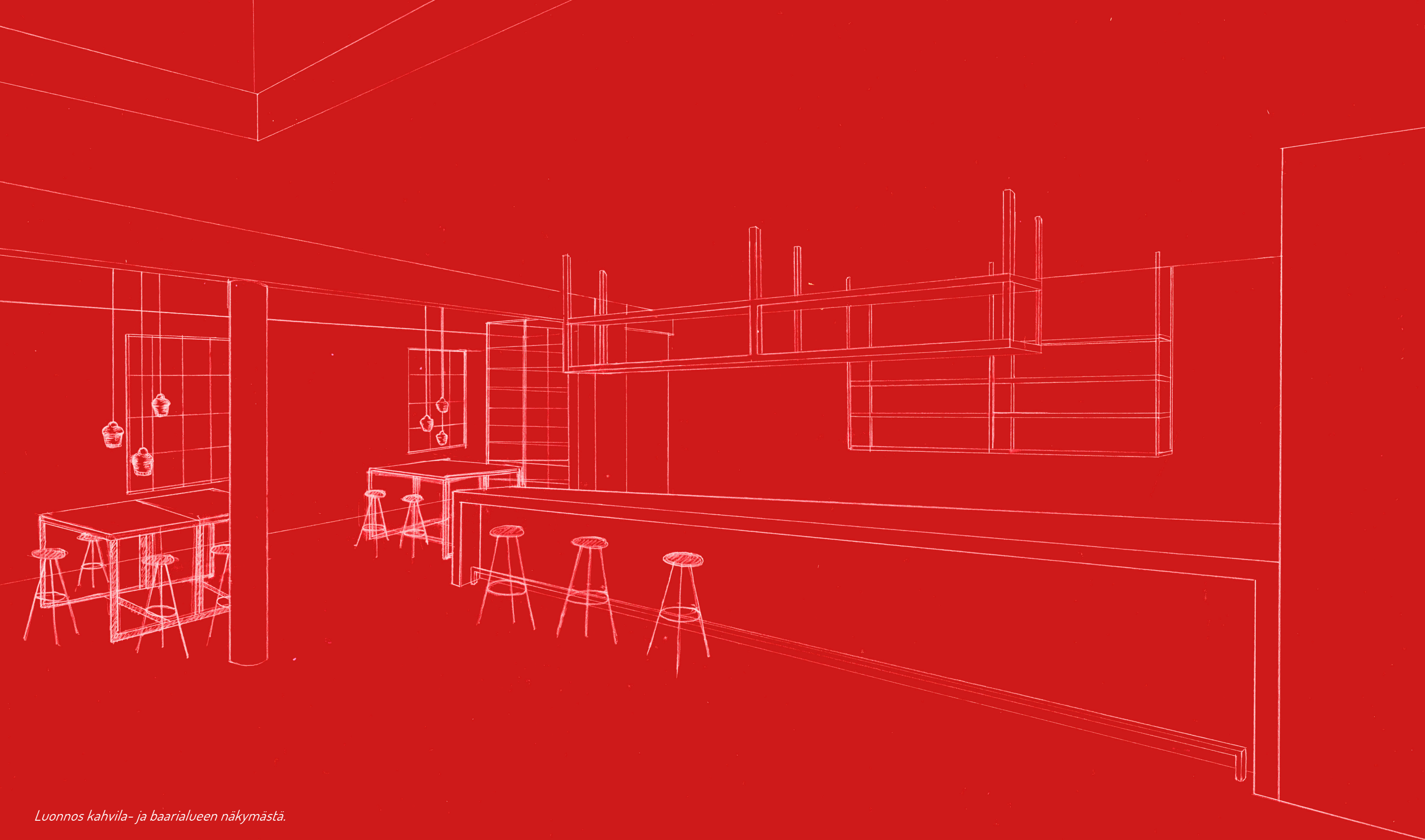
## Materiaalit ja kalusteet

Kahvila- ja baarialue on ainoa Tuoretorin vyöhyke, jossa käytetään kiintokalusteita. Kaikki tiskikalustot ovat kiinteitä, jotta viemäröinti ja vesijohdot voidaan vetää lattian läpi kellarikerrokseen. Tiskille on mahdollista jäädä nauttimaan ostoksista kevyille ja pelkistetyille baarijakkaroille.

Tiskikaluston tulee kestää sekä aikaa että käyttöä. Siksi materiaaleissa suositaan klassisia ja kestäviä vaihtoehtoja. Myös konseptin ideologia otetaan huomioon käyttämällä mahdollisimman paljon paikallisia ja ekologisia materiaaleja.

Rakennuksen luonnetta mukaillen myös pintamateriaalit henkivät industriaalista ja urbaania tyyliä. Mielenkiintoisilla kontrasteilla saadaan tilaan persoonallinen ja boheemi tunnelma. Esimerkiksi yhdistämällä laatua ja ylläilyä huokuva messinki rouheaan ja maanläheiseen betonilattiaan saadaan aikaan näyttävä ja persoonallinen yhdistelmä.





*Luonnos kahvila- ja baarialueen näkymästä.*



## 8.7 Sali-/ loungealue

### Tyyli ja tunnelma

Sali- ja loungealueen ilmapiiri on rento ja viihtyisä. Tilan yleisilme mukailee muiden vyöhykkeiden tapaan industriaalista ja urbaania tyylimaailmaa. Sali- ja loungealue on kolmesta vyöhykkeestä kaikkein intiimein ja rauhallisin. Tilan tunnelmallisuutta ja intiimiä ilmapiiriä korostetaan materiaali-, väri-, kaluste- ja valaisinratkaisuilla. Tyylimaailma on ajaton, harmoninen ja soveltuu mahdollisimman monen käyttötarpeeseen.

Vyöhykkeen elämyksellisyyttä korostetaan tuomalla viherkasveja ympäri tilaa. Kasvien avulla luodaan koko vyöhykkeelle puutarhamaailman ja persoonallinen tunnelma. Samalla viherkasvit tukevat konseptin luonnonläheistä ideologiaa ja lisäävät tilan viihtyisyyttä.

### Valaistus

Sali- ja loungealue sijaitsee luonnonvalon ja ikkunapinta-alan suhteen paraatipaikalla. Ikkunoiden osoittaessa kohti etelää ja länttä tilaan tulvii lämmintä luonnonvaloa läpi päivän. Runsaasta luonnonvalosta huolimatta tarvitaan tilassa myös keinovalaistusta tuomaan tunnelmaa ja helpottamaan huoltoa.

Muiden vyöhykkeiden tapaan sali- ja loungealueen kattoon asennetaan valaistuskiskojärjestelmä. Näin mahdollistetaan esimerkiksi pöytien ylle sijoitettavien riippuvalaisimien käyttö vaikka kalusteiden järjestystä muutettaisiin. Tunnelmaa tuovien riippuvalaisimien lisäksi kiskoihin asennetaan yleisvalaisimia sekä kohdevalaisimia, joita tarvitaan esiintymislavaa tapahtumien yhteydessä. Kaikki valaisimet ovat himmennettäviä tilan muuntojoustavuuden takaamiseksi.



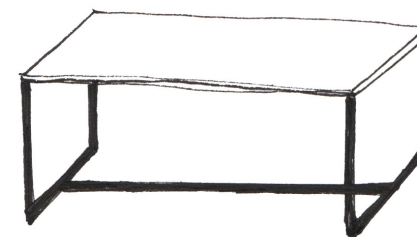
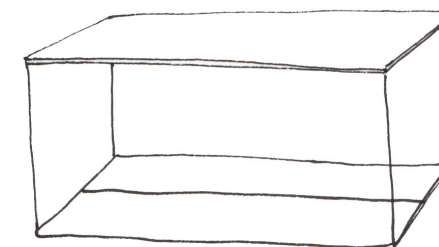
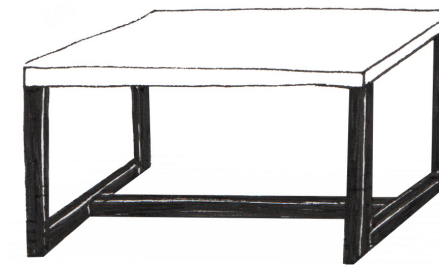




## Materiaalit ja kalusteet

Sali- ja loungealueen kaluste- ja materiaali- valinnat tukevat vyöhykkeen boheemia ja industriaalista tunnelmaa. Vyöhyke toimii koko Tuoretorin pääsijaisena tapahtuma-alueena, joten kaikissa materiaali- ja kalustevalinnoissa huomioidaan niiden muuntojoustavuus ja kestävyys. Kalusteet ovat keskenään yhtenäisiä, ja niitä yhdistelemällä on mahdollista rakentaa erilaisia pöytä- ja istuinryhmiä kulloiseenkin käyttötarkoitukseen sopivaksi. Tilassa on kolme erilaista istumamahdollisuutta, joista asiakas voi valita mieleisensä. On nopeille syöjille tarkoitettuja baaripöytiä, perinteisiä ruokailuryhmiä pidempään viihtyville sekä sohvaryhmiä rentoa oleskelua kaipaaville.

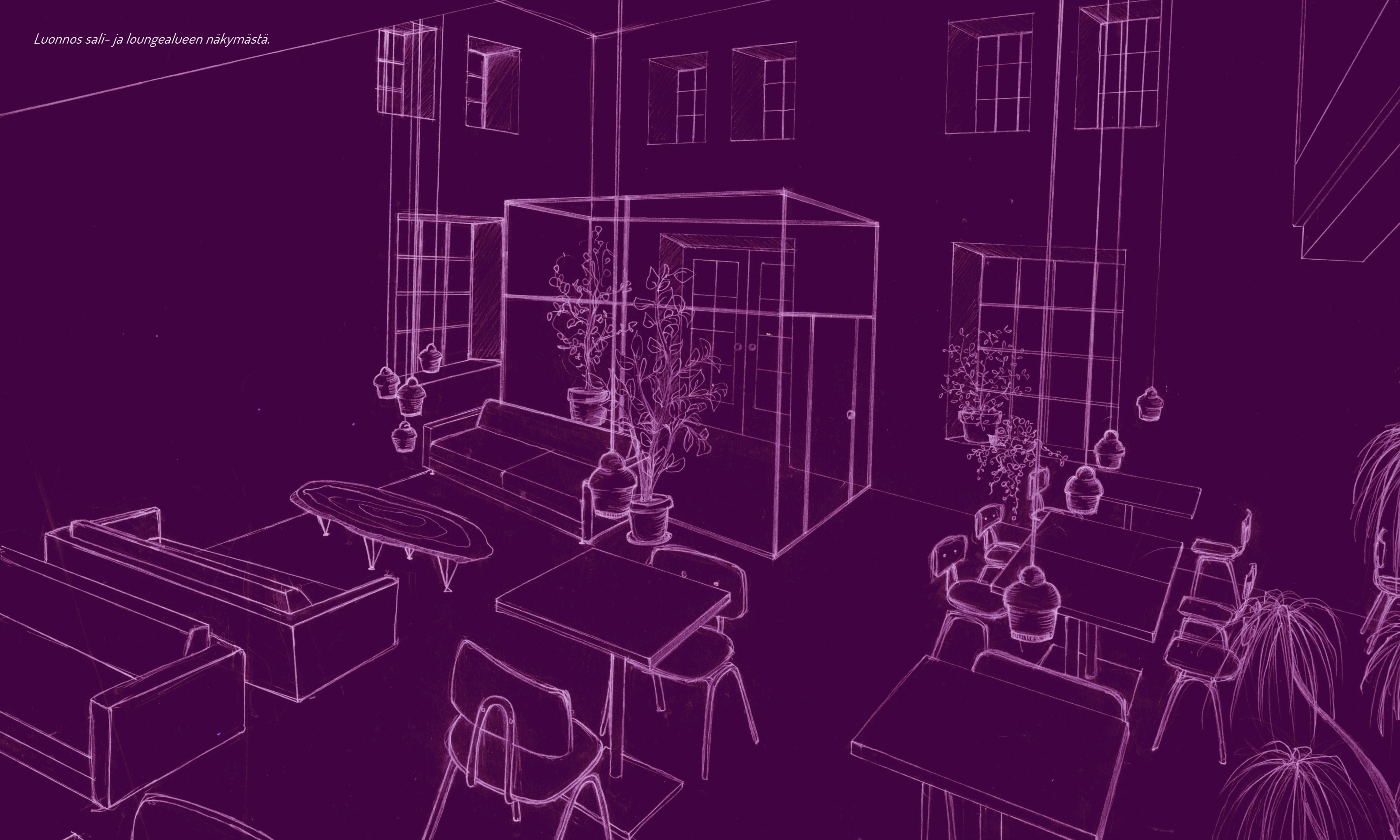
Kaluste ja materiaalivalinnoissa käytetään lähinnä paikallisia ja luonnonläheisiä vaihtoehtoja. Materiaaleissa yhdistyvät pehmeys, lämmin puu ja rouhea tiilipinta. Yleisilmeeltään kalustevalinnat ovat ajattomia ja pelkistettyjä. Kontrastia ja runsautta tilaan tuovat suurikokoiset viherkasvit ja rennot, tyynyillä vuoratut sohvaryhmät.



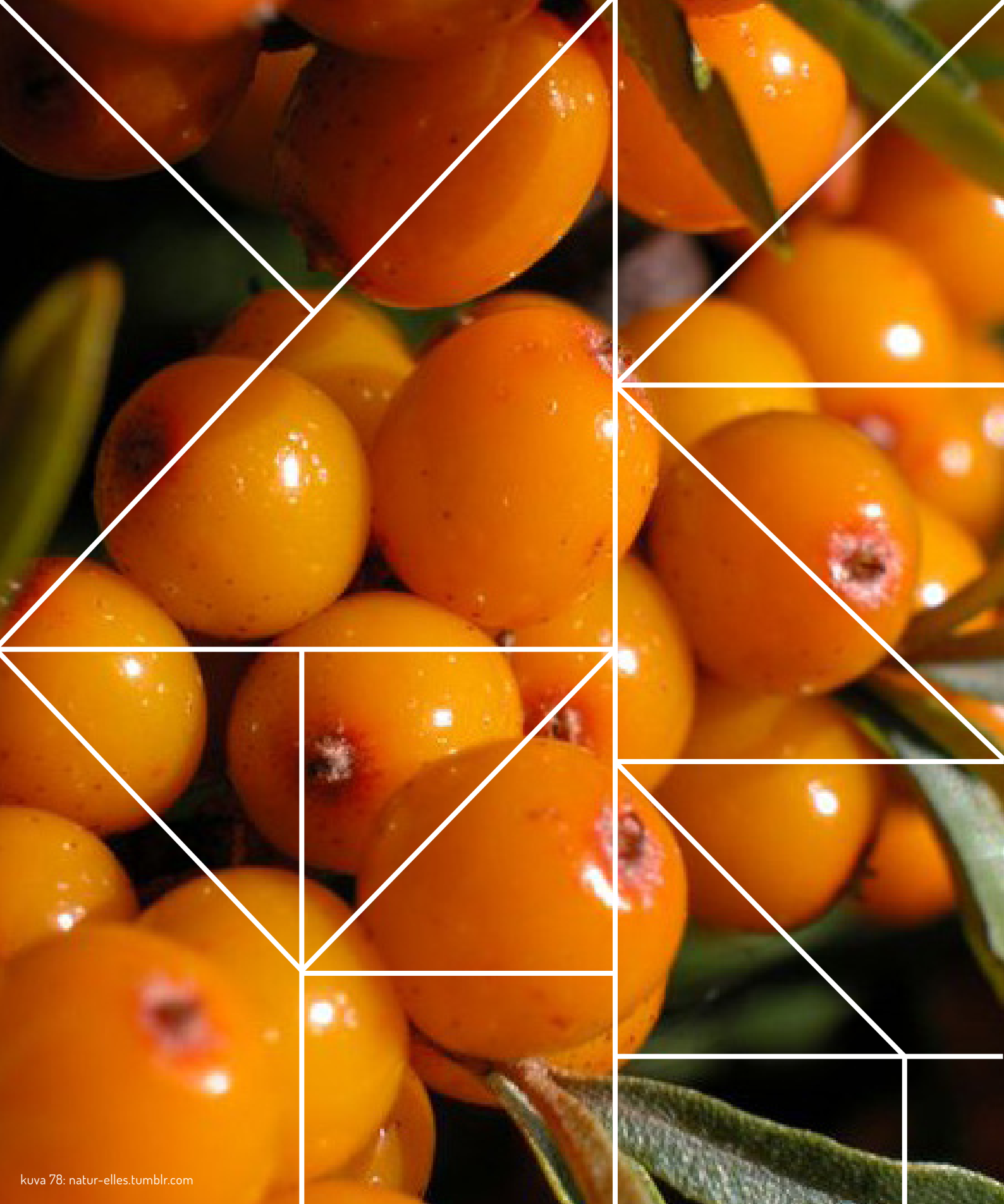
*Luonnoksia baaripöydistä.*



*Luonnos sali- ja loungealueen näkymästä.*







# 9

Tilasunnitelma

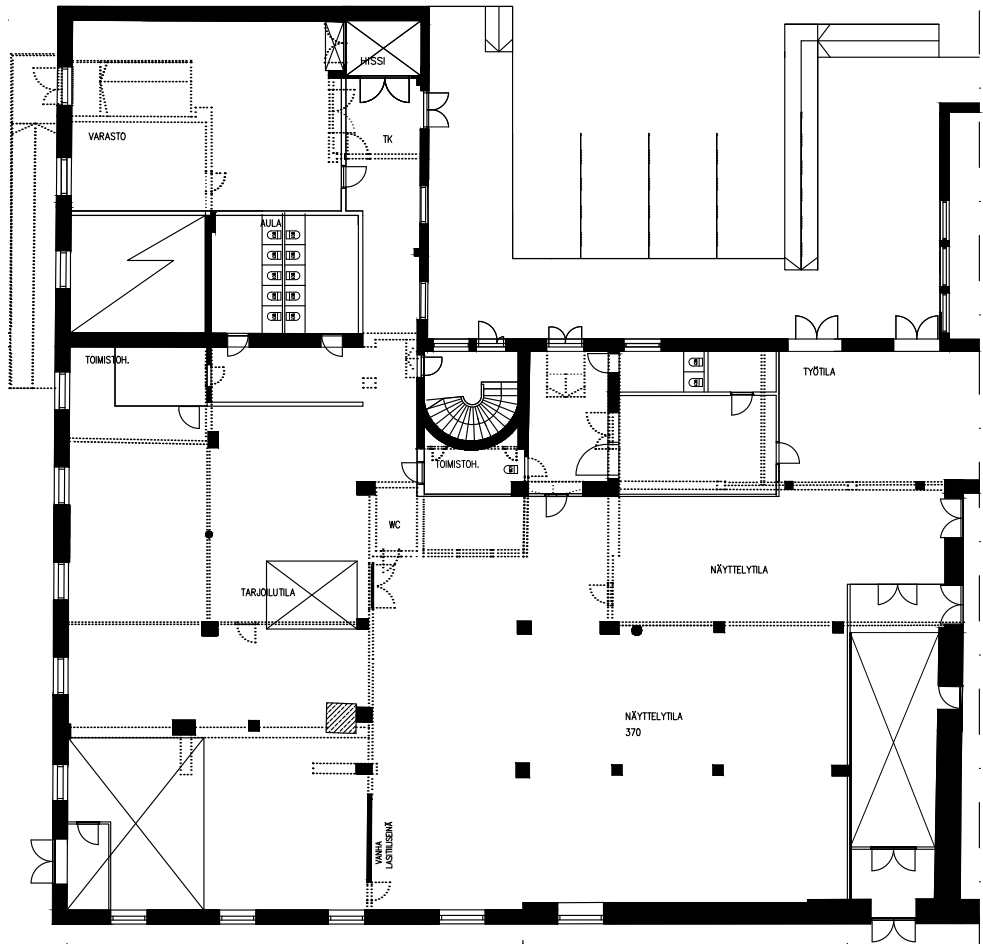


# 9.1

## Pohjaratkaisu

Purkupiirros

Huom. Kuva ei ole mittakaavassa.  
Mittakaavapiirros on liitteenä.



paikoilleen jäävä seinä    uusi seinä    purettava seinä

Pohjapiirros

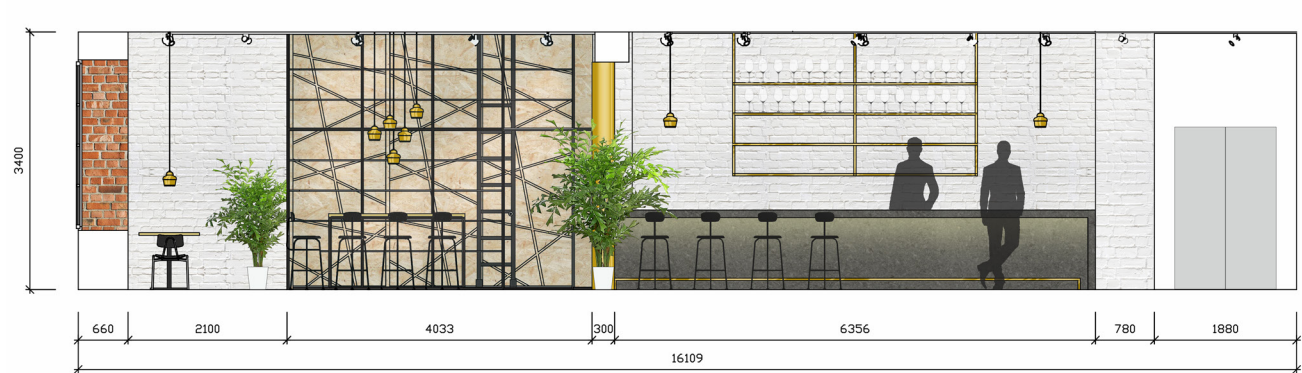
Huom. Kuva ei ole mittakaavassa.  
Mittakaavapiirros on liitteenä.



# 9.2

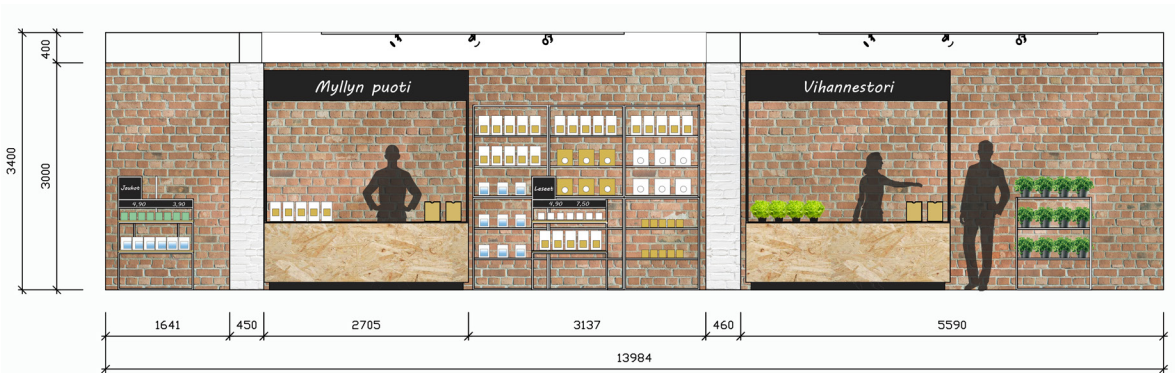
## Leikkauskuvat

Leikkaus A-A



1:100

Leikkaus B-B



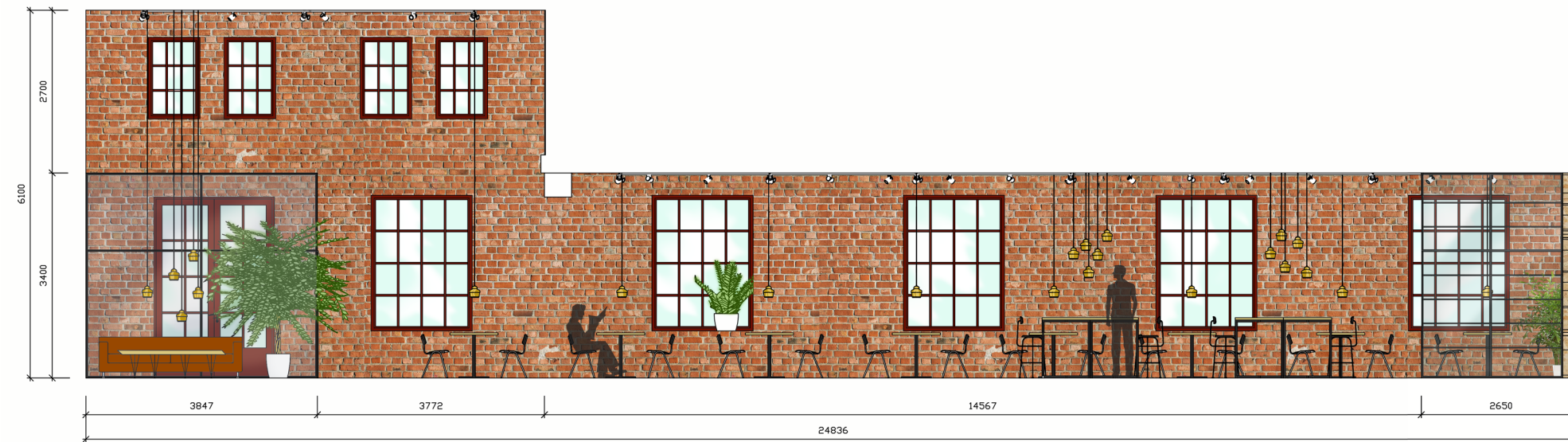
1:100



Leikkaus C-C



### Leikkaus D-D



1:100



# 9.3 Valaistus



kuva 79: artek.fi

ARTEK, ALVAR AALTO  
A330 -RIIPPUVALAISIN

kiillotettu messinki  
Ø180x220  
E27 11W

artek.fi



kuva 80: airam.fi

AIRAM  
BERLIN -KOHDEVALAISIN

alumiini  
Ø116x130/167  
led 53W/830 24D VA  
4900 lm  
IP20

airam.fi



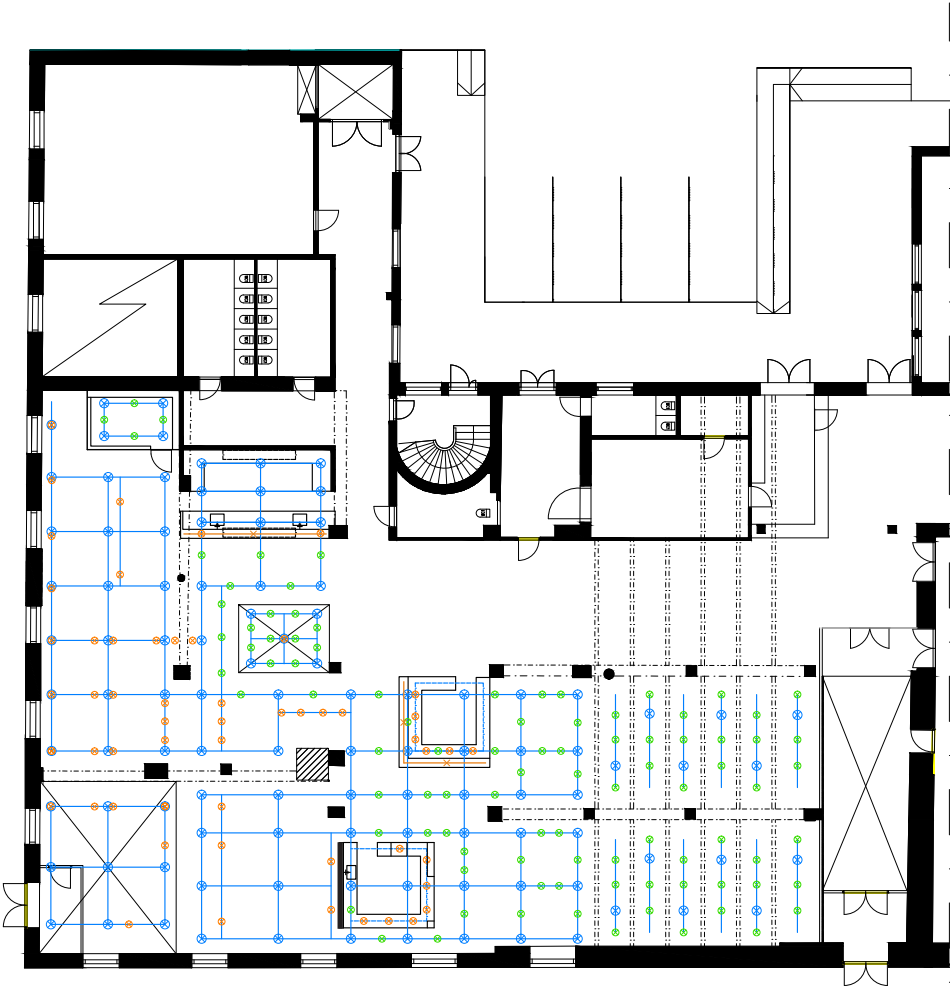
kuva 81: airam.fi

AIRAM  
ARIEL LED-NAUHA

päällystämätön  
5000  
Ariel 12V 30W/5m 928  
420 lm/m  
IP20

airam.fi

yleisvalaistus/kiskolinjat      kohdevalaistus      tunnelmavalistus



# 9.4 Irtokalusteet



kuva 82: menu.as

MENU AFTERROOM  
BAARIJAKKARA

musta teräs  
430x955x540

menu.as



kuva 83: isku.fi

ISKU, KURT HVITSJÖ  
TUOLI 50

koivuvaneri, musta teräs  
4393x733x469

isku.fi



kuva 84: sope.fi

SOPE  
MINO -SOHVA

nahkaverhoilu, konjakki  
2380x680x900

sope.fi



Kuva 85: archiexpo.com

ERIKOISPUUSEPÄNTYÖ  
BAARIPÖYTÄ

koivu, musta teräs  
1800x1050x800



Kuva 86: cultfurniture.com

ERIKOISPUUSEPÄNTYÖ  
RUOKAPÖYTÄ

koivu, musta teräs  
800x750x800



Kuva 87: woodism.fi

WOODISM, TAPIO ANTILA  
SLICE -SOHVAPÖYTÄ

jalava, musta teräs  
1800x450x600

woodism.fi



# 9.5

## Materiaalit

- 1

SEINÄPINNAT  
Alkuperäinen tiiliseinä piikataan esiin
- 2

LATTIA  
Alkuperäinen epoksipintainen betonivalu
- 3

KATTO  
Akustiikkapanelointi, Konto isompi vakio  
-akustiikkalevy, 1200x600x40  
www.kontoakustiikka.com
- 4

BAARI-/KAHVILATISKI  
Luonnonkivi, Kuru Black,  
Kurun musta dioriitti, mattahiottu  
www.suomalainenkivi.fi
- 5

YKSITYISKOHDAT  
Kiillotettu messinkilevy/-tanko  
www.terasrenki.com
- 6

LEIPOMOTISKI  
Kaakelointi, Kake harmonia turquesa  
brillo, 150x150x6  
www.kaakelikeskus.net
- 7

LOUNASTISKI  
Kaakelointi, Kake RKL 1000 white kiil  
150x150x5  
www.kaakelikeskus.net
- 8

VIHERKASVIT

- 9

TORIKALUSTEET JA VIINIHYLLYT  
OSB 3 -levy, 2600x1200x11  
www.k-rauta.fi
- 10

SOHVAT  
Nahkaverhoilu, Konjakki
- 11

SEINÄPINNAT JA PILARIT  
Maalattu tiili, Tikkurila perinnekalkki-  
maali, valkoinen  
www.tikkurila.fi
- 12

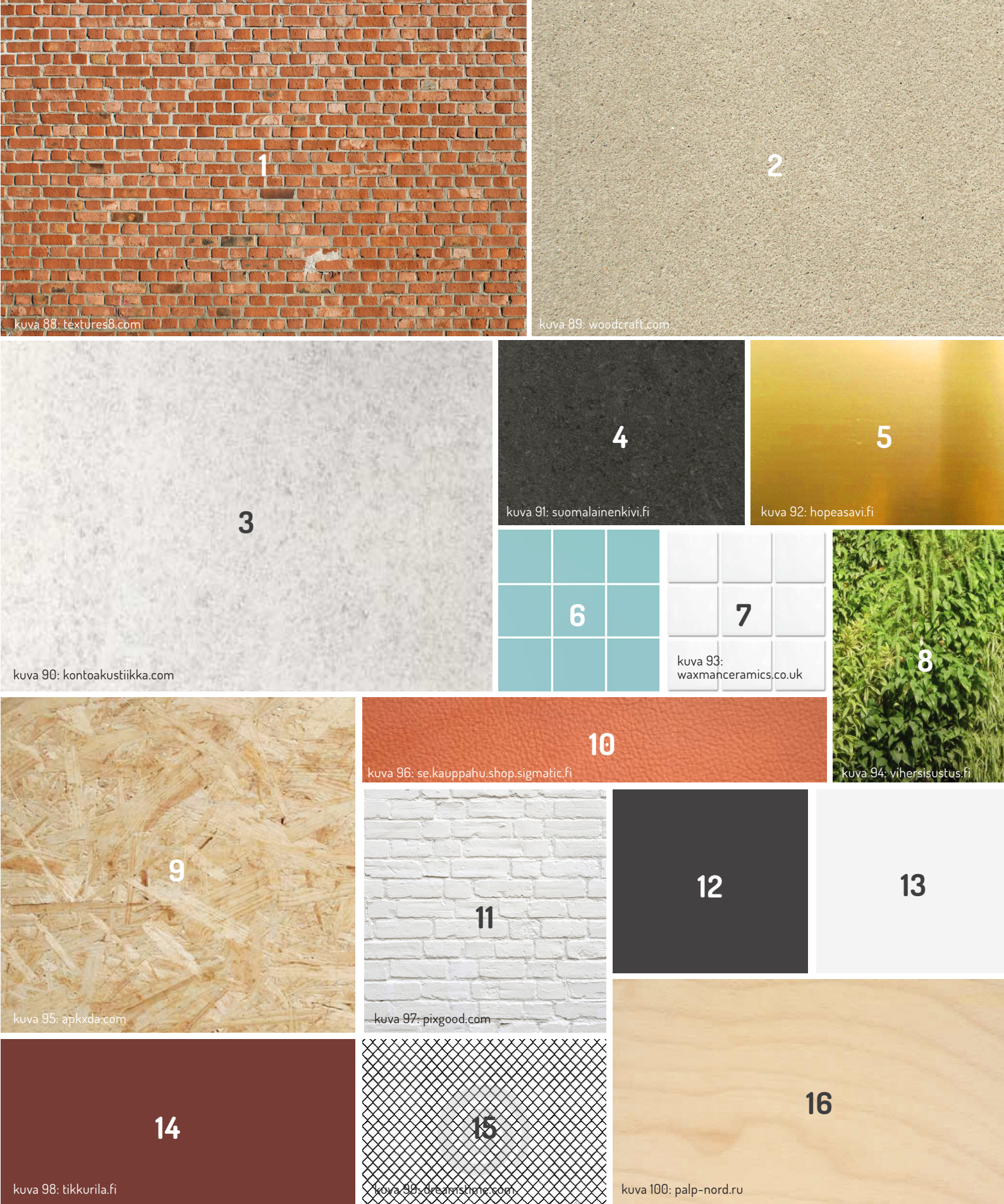
YKSITYISKOHDAT, SEINÄPINNAT  
Pintamaali, Tikkurila Y498 (Keskiyö)  
www.tikkurila.fi
- 13

YKSITYISKOHDAT, SEINÄPINNAT  
Pintamaali, Tikkurila S503 (Lumikko)  
www.tikkurila.fi
- 14

IKKUNAN KARMIT  
Pintamaali, Tikkurila Aito punamulta-  
maali (763C35)  
www.tikkurila.fi
- 15

VERKKOSEINÄT
- 16

KALUSTEIDEN YKSITYISKOHDAT  
Koivulevy, KoskiTimber Birch  
www.koskisen.fi





## 9.6 Visualisoinnit

# Torialue



*Esillepanokalusteet ovat kevyitä ja pelkistettyjä, ja niitä yhdistelemällä voidaan muodostaa erilaisia esillepanoryhmiä. Kalusteissa on paikka infografiikalle, jossa tuottajat voivat kertoa tuotteen alkuperästä ja tuotantotavoista. Tiskikalusteet ovat pyörillä liikuteltavia ja tarvittaessa niihin voidaan integroida kylmälaitteet.*



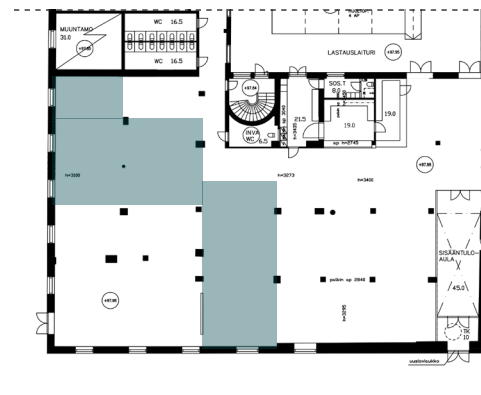




*Muunneltavien ja helposti liikuteltavien kalusteiden ansiosta torialueen kausittaiset kalustejärjestelyt ovat helposti toteutettavissa ja alueella on mahdollista järjestää erilaisia tapahtumia. Kaikki vyöhykkeen kaluste- ja materiaalivalinnat tukevat konseptin ideologiaa. Näyttävillä esillepanoilla ja tuotemaistiaisilla herätellään eri aisteja ja lisätään tilan elämyksellisyyttä.*



## Kahvila-/baarialue



*Baari- ja kahvilatiskin yhteydessä on näyttävä viinihuone. Sen viereen on sijoitettu korkeita pöytäryhmiä, joiden ympärillä voidaan esimerkiksi maistella erilaisia luomuviinejä ja -juustoja. Tiskikaluston vaikuttavuutta ja tilan tunnelmallisuutta korostetaan erilaisilla tunnelmavalaisimilla.*





*Näkymä leipomotiskiltä.*









*Sali- ja loungealueen elämyksellisyyttä korostetaan näyttävillä viherkasveilla. Kaikki vyöhykkeen kalusteet ovat helposti siirrettäviä ja tukevat brändin ideologiaa. Valaisimien paikkoja on helppo vaihdella kattoon asennetun kiskojärjestelmän ansiosta.*





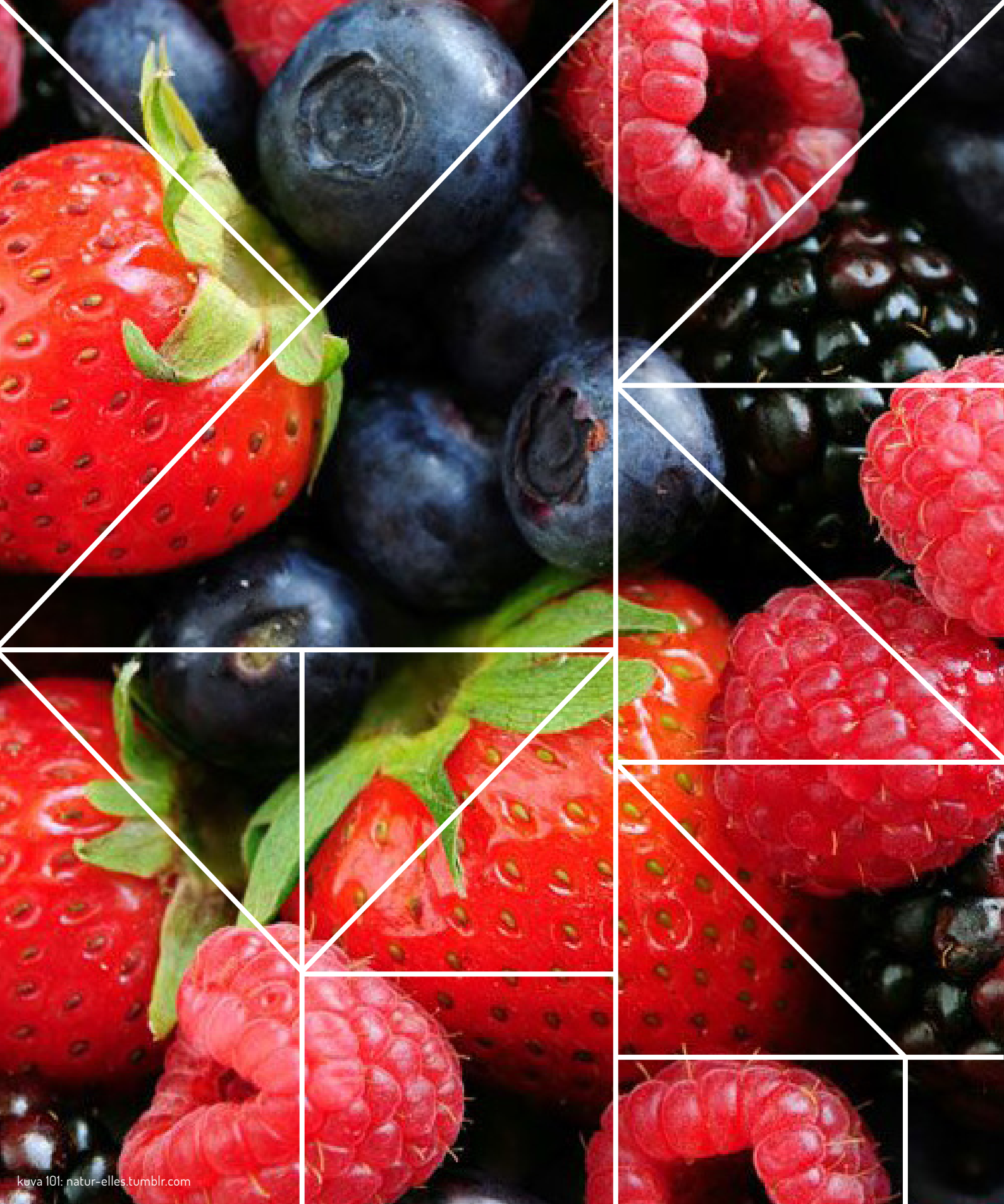
*Tapahtumakäytössä sohvaryhmän paikalle voidaan tuoda esiintymislava, jota valaistaan kiskojärjestelmään asennettavien kohdevalaisimien avulla. Koko Tuoretorin kattoon on asennettu akustiikka-levyt, jotka takaavat hyvän akustiikan myös tapahtumakäytössä.*





*Tapahtumakäyttö. Näkymä sohvoryhmiltä.*





# 10

## Arviointi



## 10.1 Prosessi

Koko opinnäytetyöprosessi eteni mielestäni järjestelmällisesti ja aikataulussaan. Valitsemani aiheen vuoksi oli taustoitussuusi varsin laaja, joka oli kuitenkin rajattava aikataulun ehdoilla. Hyvissä ajoin valmistunut tietoperusta antoi tilasuunnitelmalle lähtökohdat ja selkeät raamit. Aiheen laajuuden vuoksi oli suunnittelutyötä rajattava rohkealla otteella, ja välillä olikin haasteellista jättää asioita konseptisuunnitelman ulkopuolelle.

Itsenäinen työskentely ja aikataulussa pysyminen kasvattivat itseluottamustani suunnittelijana, vaikka alkuun ajatus näin kokonaisvaltaisesta prosessista pelottikin. Aiheeseeni kohdistunut mielenkiinto ja intohimo alaani kohtaan edesauttoivat tämän valtavan työmäärän vaatineen projektin loppuun viemisessä.

Väliseminaarit olivat mielestäni hyödyllisiä, sillä ne auttoivat viemään suunnittelutyötä eteenpäin keskellä taustoitusprosessia. Myös ohjaavien opettajien kannustus ja toimeksiantajien tapaaminen olivat merkittävässä asemassa työn edistymisen kannalta. Vaikka suunnitelmaa olisi voinut jatkaa loputtomiin, tuli aikaraja vastaan. Olen kuitenkin tyytyväinen aikataulun puitteissa syntyneeseen kokonaisuuteen, ja koen oppineeni todella paljon tämän projektin aikana.

## 10.2 Tila

Tavoitteena oli suunnitella tila, joka olisi helposti muunneltavissa vuoronkaudenajan ja käyttötarpeen mukaan. Rakennuksen pitkää historiaa tuli kunnioittaa, ja alkuperäinen ilme oli pyrittävä säilyttämään mahdollisimman samankaltaisena. Tilakokonaisuuden tuli antaa asiakkaille selkeä kuva brändin identiteetistä ja tarjota elämyksellinen ja mieleen painuva asiakaskokemus jokaiselle.

Mielestäni työn rajauksessa asettamani tavoitteet täyttyivät projektin pituuteen nähden erinomaisesti. Olen tyytyväinen suunnittelemani tilakokonaisuuteen, jossa yhdistyvät elämyksellisyys, muunneltavuus ja monipuolisuus. Hankkimani tietoperusta toimi arvokkaana suunnittelupohjana itse tilasuunnitelmalle.

Entisen panimorakennuksen identiteetti tulee mielestäni selkeästi esille lopullisessa tilasuunnitelmassa. Rakennuksen alkuperäinen ilme on säilynyt hyvin ja sen luonteelle ominaisia piirteitä on korostettu oikeassa suhteessa, jolloin kokonaisuudesta on saatu persoonallinen ja vaikuttava.

Kaiken kaikkiaan koko prosessi on ollut itseleni suuri haaste. Aiheen monipuolisuus, laajuus ja tilalliset ominaisuudet ovat toisinaan koetelleet. Suuresta haasteesta ja tiukasta aikataulusta huolimatta suoriuduin mielestäni kunnialla tästä projektista. Mikäli aikaa olisi ollut enemmän, olisi konseptisuunnitelma ollut mielenkiintoista viedä pidemmälle. Koen, että annetun aikataulun puitteissa olen tehnyt suuren työn, josta voi olla yllpeä.

## 10.1 Palaute

*"Loistavaa. Työsi on erinomaisesti taustoitettu, ja lopputulos viiltävän monipuolinen kat-  
taus eri vaihtoehtoista, joiden pohjalta Mals-  
kin 1. krs:n tiloja voidaan toteuttaa etsien eri  
funktioille veturitoimijoita."*

– Juhani Vainio/Luovat ry

*"Näyttää hyvältä ja henki/fiilis on juuri sitä,  
mistä keskusteltiin alussa. Olet minusta  
tavoittanut sen hyvin."*

– Pia Sandvik/Luovat ry

## KIITOS

Ohjaavat opettajat:

Tom Johansson, Maarit Keto, Elina Rantapuska & Timo Sulkamo

Juhani Boman / Arkkitehtityö Oy  
Pia Sandvik & Juhani Vainio / Luovat ry

Kari Halme & Teemu Helo

Kalle Hytönen

SIKA11



# LÄHTEET

## Painetut lähteet

**Baraban, R. & Durocher, J. 2001.** Successful restaurant design. Kanada: John Wiley & Sons, Inc.

**Könönen, N. 2012.** Rakennushistoriallinen selvitys, Lahden kaupunki, Keski-Lahti, kortteli 1103, tontti 12. Lahti: Arkkitehtuuripalvelu Nina Könönen.

**Lahden kaupunki, 2001.** Asemakaavan muutoksen selostus, joka koskee 13 päivänä marraskuuta 2002 päivättyä asemakaavakarttaa nro A-2061 (Mallasjuoma). Lahti: Tekninen virasto, Maankäyttö.

**Markkanen, S. 2008.** Myymäläympäristö elämysten tuottajana, myymäläsuunnittelun työkalupakki. Helsinki: Talentum.

**Nieminen, T. 2004.** Visuaalinen markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.

**Riski, R. 2014.** Myymälätilat Murroksessa. Sisustusarkkitehtuurin opinnäytetyö. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti.

## Sähköiset lähteet

**Chelsea Market 2015.** Yrityksen www-sivut [viitattu 20.1.2015]. Saatavissa: [www.chelseamarket.com](http://www.chelseamarket.com)

**Dagmar 2008.** Onko ympäristötietoisuus uusi globaali megatrendi? [verkkojulkaisu]. Uutinen 28.8.2008. Helsinki Oy Dagmar Ab [viitattu 23.1.2015]. Saatavissa: <http://www.dagmar.fi/uutiset/onko-ymp%C3%A4rist%C3%B6tietoisuus-uusi-globaali-megatrendi>

**ESS 2015.** Malski Keskus osti vanhan panimorakennuksen – Tällainen on sen tuleva käyttö. Etelä-Suomen Sanomat [verkkolehti]. [viitattu: 4.3.2015]. Saatavissa: <http://www.ess.fi/uutiset/kotimaa/2015/01/22/malski-keskus-osti-vanhan-panimorakennuksen---tallainen-on-sen-tuleva-kaytto>

**Kivilaakso, A. 2010.** Rakennusperintö suojelun kohteena. Helsinki: Suomen rakennustaiteen museo [viitattu 20.2.2014]. Saatavissa: <http://www.mfa.fi/files/mfa/Rakennussuojelu/Rakennussuojelu.pdf>

**Kuka, Mitä, Lahti, 2015.** Lahden Elintarviketeollisuus ennen toista maailmansotaa. Lahden kaupunginmuseo, Päijät-Hämeen liitto [viitattu 4.3.2015]. Saatavissa: <http://www.lahdenmuseot.fi/kuka-mita-lahti/lahden-historia/teollisuuskaupunki/lahden-elintarviketeollisuus-ennen-toista-maailmansotaa/>

**Kuka, Mitä, Lahti, 2015.** Lahti elintarviketeollisuuskeskuksena. Lahden kaupunginmuseo, Päijät-Hämeen liitto [viitattu 4.3.2015]. Saatavissa: <http://www.lahdenmuseot.fi/kuka-mita-lahti/lahden-historia/teollisuuskaupunki/lahti-elintarviketeollisuuskeskuksena/>

**Luomu 2015.** Yrityksen www-sivut [viitattu 6.2.2015]. Saatavissa: <http://luomu.fi/markkinat/>

**Luomu 2015.** Yrityksen www-sivut [viitattu 6.2.2015]. Saatavissa: <http://luomu.fi/ruoka/>

**Luovat ry 2012.** Malski [verkkodokumentti]. Lahti: Luovat ry [viitattu 17.2.2015]. Saatavissa: <http://www.comalski.fi/wp/wp-content/uploads/2013/06/malski-presentaatio-web.pdf>

**Luukkanen, L. 2010.** Lähiruokaa Päijät-Hämeestä: Keinoja paikallisen lähiruokakulttuurin näkyvyyden ja tunnettuuden lisäämiseksi [verkkodokumentti]. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu, Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma [viitattu 23.1.2015]. AMK-opinnäytetyö. Saatavissa: [http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/23659/Luukkanen\\_Leena.pdf?sequence=1](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/23659/Luukkanen_Leena.pdf?sequence=1)

**Mathallen 2015.** Yrityksen www-sivut [viitattu 6.2.2015]. Saatavissa: <http://www.mathallenoslo.no/?-lang=2>

**Malski 2015.** Moi! Lahtelaista. ”Malskin tarina jatkuu.....” [verkkojulkaisu]. Lehistötiedote 22.1.2015. Lahti: co/Malski [viitattu 23.1.2015]. Saatavissa: <http://www.comalski.fi/artikkelit/malski/>

**MTK 2012.** Mitä luomu on? Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry [viitattu 25.1.2015]. Saatavissa: [http://www.mtk.fi/maatalous/luomutuotanto/fi\\_FI/mita\\_luomu\\_on/](http://www.mtk.fi/maatalous/luomutuotanto/fi_FI/mita_luomu_on/)

**MTK 2012.** Vastuulliset ruokahankinnat. Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry [viitattu 23.1.2015]. Saatavissa: [http://www.mtk.fi/vastuullisuus/vastuullinen\\_kuluttajuus/fi\\_FI/vastuullinen\\_kuluttajuus/](http://www.mtk.fi/vastuullisuus/vastuullinen_kuluttajuus/fi_FI/vastuullinen_kuluttajuus/)

**Muur, E. & Välipakka, H. 2012.** Selvitys teollisuusympäristöjen historiasta ja käyttötarkoituksen muutoksista [verkkodokumentti]. Kymenlaakso: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu, Restauroinnin koulutusohjelma [viitattu 18.2.2015]. AMK-opinnäytetyö. Saatavissa: [http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/41376/Valipakka\\_Henna\\_ja\\_Muur\\_Elika.pdf?sequence=1](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/41376/Valipakka_Henna_ja_Muur_Elika.pdf?sequence=1)

[www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/41376/Valipakka\\_Henna\\_ja\\_Muur\\_Elika.pdf?sequence=1](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/41376/Valipakka_Henna_ja_Muur_Elika.pdf?sequence=1)

**Nyrhinen, J. & Wilska T-A. 2012.** Kohti vastuullista ylellisyyttä? Eettiset ja ekologiset trendit sekä luksus-kulutus Suomessa [verkkojulkaisu]. Jyväskylä: Kulutustutkimuksen Seura ry [viitattu 23.1.2015]. Saatavissa: [http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2012/05/Nyrhinen\\_Wilka\\_KTS\\_1\\_2012.pdf](http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2012/05/Nyrhinen_Wilka_KTS_1_2012.pdf)

**Päijät-Hämeen liitto 2015.** Lahti, Entinen Mallasjuoman tehdas. [viitattu 4.3.2015]. Saatavissa: [http://www.paijat-hame.fi/fi/tehtavat/aluesuunnittelu/mary/alueet/entinen\\_mallasjuoman\\_tehdas](http://www.paijat-hame.fi/fi/tehtavat/aluesuunnittelu/mary/alueet/entinen_mallasjuoman_tehdas)

**Romppainen, E. 2009.** Asiakaspalvelu avaimena ostopäätökseen [verkkodokumentti]. Pirkanmaa: Pirkanmaan ammattikorkeakoulu, Liiketalouden koulutusohjelma [viitattu 24.2.2015]. AMK-opinnäytetyö. Saatavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/2616/Romppanen\\_Elina.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/2616/Romppanen_Elina.pdf?sequence=1)

**Taidepanimo 2015.** Yrityksen www-sivut [viitattu 4.3.2015]. Saatavissa: <http://www.taidepanimo.fi/esitely.htm>

**Torvehallerne 2015.** Yrityksen www-sivut [viitattu 20.1.2015]. Saatavissa: [torvehallernekbh.dk](http://www.torvehallernekbh.dk)

**Varonen, L. 2011.** Vastuullinen kuluttajakäyttäytymisen päivittäistavaroiden ostopäätösprosessissa [verkkodokumentti]. Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu, Markkinoinnin ja johtamisen laitos [viitattu 20.1.2015]. Pro Gradu – tutkielma. Saatavissa: [http://epub.lib.aalto.fi/en/ethesis/pdf/12973/hse\\_ethesis\\_12973.pdf](http://epub.lib.aalto.fi/en/ethesis/pdf/12973/hse_ethesis_12973.pdf)

Lait, säädökset ja ohjeistot

**Laki rakennusperinnön suojelemisesta 498/2010.**  
Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100498>

**Maankäyttö- ja rakennuslaki 5.2 1999/132.**  
Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990132>

**RT 94-10442:** Ravintolat ja kahvilat. Rakennustietosäätiö RTS 1991. Helsinki: Rakennustieto Oy

**RT 94-11164:** Ravintolat ja kahvilat. Rakennustietosäätiö RTS 2014. Helsinki: Rakennustieto Oy

Kaaviot

**Kaavio 1:** Malskin toimintafilosofia (Muunnellen Malski 2015)

**Kaavio 2:** Vastuullinen kuluttajakäyttäytyminen (Sanna Vahto 2015)

**Kaavio 3:** Ravitsemisliikkeiden liikeideaajaottelua (Muunnellen RT 94-11164)

**Kaavio 4:** Ravitsemisliikkeen toimintakaavio (Muunnellen RT 94-10442)

**Kaavio 5:** Ravitsemisliikkeen suunnittelussa huomioitavat teemat (Sanna Vahto 2015)

Kuvalähteet

*Kuvat joiden yhteydessä ei ole mainintaa lähteestä ovat tekijän.*

Kansi:  
**Logo:** Marion Robinson, Jyri Karinen

Sivu 6  
**Kuva 1:** <http://natur-elles.tumblr.com/post/69401732646/all-black-everything-via-tumblr-on-we-heart-it>

Sivu 10  
**Kuva 2:** [http://www.flickr.com/photos/you\\_had\\_me\\_at\\_bonjour/6550487709/](http://www.flickr.com/photos/you_had_me_at_bonjour/6550487709/)

Sivu 14  
**Kuvat 3, 4, 5:** Arkkitehtityö Oy

Sivu 16  
**Kuva 6:** <http://www.littleobservationist.com/2013/11/11/copenhagens-torvehallerne-market/#comment-587>

Sivu 26  
**Kuva 7:** <http://something-everything-nothing.tumblr.com/post/89669980621/this-is-first-class-cherries-this-is-first>

Sivu 31  
**Kuva 8:** Mallasjuoman tuotteet esillä tamperelaisen maitokaupan näyteikkunassa 1957. (Seppo Simonen, 1961. Osakeyhtiö Mallasjuoma 1912-1962. Helsinki: Tilgmannin Kirjapaino)

Sivu 37  
**Kuva 9:** <http://claudiaquigua.com/>

Sivu 38  
**Kuva 10:** <http://keroiam.tumblr.com/post/74983353805>

Sivu 54  
**Kuva 11:** [http://www.bakersroyale.com/savory/pasta-primavera-recipe-with-beets/?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed:+bakersroyaleblog+\(Bakers+Royale\)](http://www.bakersroyale.com/savory/pasta-primavera-recipe-with-beets/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+bakersroyaleblog%28Bakers+Royale%29)

Sivu 59  
**Kuvat 12, 13, 14:** (Oy Mallasjuoma Ab 50 vuotta)

Sivu 60  
**Kuva 15:** Mallasjuoman julkisivut Mallaskadulle ja Päijänteenkadulle vuodelta 1912. (Seppo Simonen, 1961. Osakeyhtiö Mallasjuoma 1912-1962. Helsinki: Tilgmannin Kirjapaino)

Sivut 66-69  
**Kuvat 16-21:** Arkkitehtityö Oy

Sivu 75  
**Kuva 22:** <http://dorfsblog.blogspot.fi/2012/05/copenhagen-marathon-day-2012.html>  
**Kuva 23:** <http://emmalundin.co.uk/blog/tag/torvehallerne/>  
**Kuva 24:** <http://www.vinja.dk/torvehallerne/>  
**Kuva 25:** [http://www.photo-gallery.dk/oversigt/arbejdsmiljoeer/torvehallerne/\\_torvehallerne-237.html](http://www.photo-gallery.dk/oversigt/arbejdsmiljoeer/torvehallerne/_torvehallerne-237.html)  
**Kuva 26:** [http://nogetommad.blogspot.com.es/2012\\_03\\_01\\_archive.html](http://nogetommad.blogspot.com.es/2012_03_01_archive.html)

Sivu 77  
**Kuva 27:** <https://www.flickr.com/photos/ombranelportico/7679349362/>  
**Kuva 28:** [http://www.flickr.com/photos/hilda\\_r/9564793234/](http://www.flickr.com/photos/hilda_r/9564793234/)  
**Kuva 29:** [s-media-cache-ak0.pinimg.com](https://s-media-cache-ak0.pinimg.com)  
**Kuva 30:** <http://theyuppiefiles.com/2014/01/15/travel-to-nyc-chelsea-market/>

Sivu 79  
**Kuva 31:** <http://www.francescakookt.nl/mathallen-het-food-court-van-oslo/>  
**Kuva 32:** [https://fbcdn-sphotos-g-a.akamaihd.net/hphotos-ak-xaf1/v/t1.0-0372512\\_1454364104837941\\_1926330815244594360\\_n.jpg?oh=f5ffb2bbfa16907780a2f0c2b193e3cf&oe=5540F73D&\\_\\_gda\\_\\_=1430496906\\_1ee73b7164aba0871840df2a128ba2e6](https://fbcdn-sphotos-g-a.akamaihd.net/hphotos-ak-xaf1/v/t1.0-0372512_1454364104837941_1926330815244594360_n.jpg?oh=f5ffb2bbfa16907780a2f0c2b193e3cf&oe=5540F73D&__gda__=1430496906_1ee73b7164aba0871840df2a128ba2e6)  
**Kuva 33:** <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/2b/21/1a/2b211a0d3ca7cfdc649df607a5ecd504jpg>  
**Kuva 34:** <http://www.francescakookt.nl/mathallen-het-food-court-van-oslo/>

Sivu 80  
**Kuva 35:** [https://fbcdn-sphotos-g-a.akamaihd.net/hphotos-ak-snc7/400339\\_372646332823658\\_1720871929\\_n.jpg](https://fbcdn-sphotos-g-a.akamaihd.net/hphotos-ak-snc7/400339_372646332823658_1720871929_n.jpg)

Sivu 88  
**Kuva 36:** <http://hyvassasloorissa.eu/2014/08/12/musikkapurjehdus/>

Sivu 119  
**Kuva 37:** <http://toby-scott.tumblr.com/post/22885928979/sourced-grocer-styling-and-production-lynda>  
**Kuva 38:** <https://www.flickr.com/photos/ombranelportico/7679349362/>  
**Kuva 39:** <http://breadandolives.tumblr.com/post/95284538744/source>  
**Kuva 40:** <http://www.designmadeingermany.de/2014/36162/>  
**Kuva 41:** <http://retaildesignblog.net/2013/04/12/bilder-de-clercq-360-brand-by-staat-amsterdam/en-madrid/>  
**Kuva 42:** <http://www.refinery29.com/made-in-san-francisco-gifts#slide-4>  
**Kuva 43:** <http://www.flickr.com/photos/camilard/9736730367/>



Sivu 120  
**Kuva 44:** <http://goodtextures.deviantart.com/art/Plywood-Texture-151331349>  
**Kuva 45:** <http://pikkuvarpunen.blogspot.fr/search?updated-max=2012-04-02T20:56:00%2B03:00&max-results=7>  
**Kuva 46:** <http://atelierrueverte.blogspot.de/2014/02/barry-cafe-australie.html>  
**Kuva 47:** <http://www.mightydeals.com/deal/vandelay-grunge-textures.html>  
**Kuva 48:** <http://www.lanciatrendvisions.com/en/article/the-taste-of-the-sea-jaffa-port-market-by-jacobs-yaniv-architects>  
**Kuva 49:** <http://textures8.com/brick-wall-background-forty-nine/>  
**Kuva 50:** <http://thisispaper.com/Simon-Astridge-Architects-The-Plywood-House>

Sivu 125  
**Kuva 51:** <http://www.luchettikrelle.com/?cat=4>  
**Kuva 52:** <http://www.we-heart.com/2012/09/04/sweet-alchemy-by-stelios-parliaros-athens/>  
**Kuva 53:** <http://love-is-in-the-food.blogs.elle.es/2014/05/20/dos-nuevos-must-para-ir-a-comer-en-madrid/>  
**Kuva 54:** <http://www.designcurial.com/folksonomy/fx>  
**Kuva 55:** <http://hearthstudio.com.au/Market-Lane-Coffee-Queen-Victoria-Market>  
**Kuva 56:** <http://roomed.nl/belgiums-finest-een-bar-uit-de-boekjes/>

Sivu 126  
**Kuva 57:** <http://seesbysanni.blogspot.fi/2013/10/kahvimitta.html>  
**Kuva 58:** <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/21/9a/bc/219abc0bed5d5ac9eb3f1514c04dc103.jpg>  
**Kuva 59:** <http://www.lonny.com/Floorcore+is+Our+Fa>

vorite+Instagram+Phenomenon  
**Kuva 60:** <http://www.yatzer.com/los-symi>  
**Kuva 61:**[http://www.archiportale.com/news/2014/09/case-interni/aperto-a-milano-il-brioni-flagship-store-di-park-associati\\_41200\\_53.html](http://www.archiportale.com/news/2014/09/case-interni/aperto-a-milano-il-brioni-flagship-store-di-park-associati_41200_53.html)  
**Kuva 62:** <http://ric-hardlindvall.com/interior-design/#restaurang-museet>  
**Kuva 63:** <http://textures8.com/brick-wall-background-forty-nine/>  
**Kuva 64:** <http://www.luchettikrelle.com/?cat=4>

Sivu 131  
**Kuva 65:** <http://travelingmama.net/city-files-la-esquina-coffee-shop-osterbro-copenhagen/>  
**Kuva 66:** <http://www.dondeir.com/restaurantes/informal-romita-comedor-%C2%B7-mexicana/>  
**Kuva 67:** <http://theclassyissue.com/post/92437049582>  
**Kuva 68:** <http://bwabs.tumblr.com/post/66451983318>  
**Kuva 69:** <http://es.paperblog.com/bares-restaurantes-2411270/>  
**Kuva 70:** <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/21/9a/bc/219abc0bed5d5ac9eb3f1514c04dc103.jpg>

Sivu 132  
**Kuva 71:** <http://www.oluce.com/en/lamps/suspension/kin-478-detail>  
**Kuva 72:** <http://www.bloglovin.com/blogs/pupulandia-7872481?blog=7872481&post=1892466735&viewer=true>  
**Kuva 73:** <http://theclassyissue.com/post/92437049582>  
**Kuva 74:** <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/ab/59/5c/ab595cd0b746a12bbca7af1ff96531bf.jpg>  
**Kuva 75:** <http://melanieknopke.com/our-weekend-7/>  
**Kuva 76:** <http://jadoreknitting.blogspot.fi/search/label/my%20pattern>

**Kuva 77:** <http://mindrive.tumblr.com/image/69909965113>

Sivu 136  
**Kuva 78:** <http://oilypedia.com/sea-buckthorn-oil-and-acne-will-it-help/>

Sivu 146  
**Kuva 79:** <http://www.artek.fi/fi/products/lighting/123>  
**Kuva 80:** <http://www.airam.fi/sahkoalan-ammattilaisille/valaisimet/tuote/5917/>  
**Kuva 81:** <http://www.airam.fi/sahkoalan-ammattilaisille/valaisimet/tuote/4227/>

Sivu 148  
**Kuva 82:** <http://menu.as/shop/furniture/chair/afternoon-bar-stool-black>  
**Kuva 83:** <https://www.isku.fi/tuote/pikkutuolit---tuolinistuimet/2361/TUOL1%2050>  
**Kuva 84:** [http://sope.onet.tehonetti.fi/index.php?group=000000033&mag\\_nr=8](http://sope.onet.tehonetti.fi/index.php?group=000000033&mag_nr=8)

Sivu 149  
**Kuva 85:** <http://www.archiexpo.com/prod/zeus/high-bar-tables-contemporary-indoor-home-9182-222780.html>  
**Kuva 86:** <http://www.cultfurniture.com/furniture-c10/tables-c9/square-wood-veneer-cafe-table-p1149>  
**Kuva 87:** <http://www.woodism.fi/pages/gallery/slice21.php>

Sivu 151  
**Kuva 88:** <http://textures8.com/brick-wall-background-forty-nine/>  
**Kuva 89:** <http://www.woodcraft.com/Product/50W22/birch-plywood-116-x-12-x-24.aspx>  
**Kuva 90:** <http://www.kontoakustiikka.com/tuotteet.html?id=3/>

**Kuva 91:** [http://www.suomalainenkivi.fi/kivet/kuru\\_black\\_tampereen\\_kovakivi](http://www.suomalainenkivi.fi/kivet/kuru_black_tampereen_kovakivi)  
**Kuva 92:** <http://www.hopeasavi.fi/product.php?productid=3171>  
**Kuva 93:** <http://www.waxmanceramics.co.uk/details.asp/id/68/sid/13/arkitekt-gloss-white.htm>  
**Kuva 94:** <http://vihersisustus.fi/viherseinat/>  
**Kuva 95:** [http://apxda.com/egger\\_osb\\_platen.html](http://apxda.com/egger_osb_platen.html)  
**Kuva 96:** <http://se.kauppahu.shop.sigmatic.fi/product/4298/>  
**Kuva 97:** <http://pixgood.com/white-bricks-background.html>  
**Kuva 98:** [http://www.tikkurila.fi/kotimaalarit/varit/varikartat\\_sisamaalaukseen/vanhan\\_ajan\\_varit-varikartta/aito\\_punamultamaali.11923.xhtml](http://www.tikkurila.fi/kotimaalarit/varit/varikartat_sisamaalaukseen/vanhan_ajan_varit-varikartta/aito_punamultamaali.11923.xhtml)  
**Kuva 99:** <http://www.dreamstime.com/stock-photography-mesh-texture-background-image6517682>  
**Kuva 100:** <http://palp-nord.ru/>

Sivu 154  
**Kuva 101:** <http://boatshoesandsurfboards.tumblr.com/post/52910253562>

# LIITTEET

LIITE 1:	Purkukuva	1:100
LIITE 2:	Kalustepohjapiirustus	1:100



